

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
2.1 Tinjauan Teori	9
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	9
2.1.2 Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	10
2.1.2.1 Dimensi Niat Pembelian Ulang	11
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Niat Pembelian Ulang	11
2.1.3 Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	12
2.1.3.1 Pengukuran Kepuasan.....	13
2.1.3.2 Strategi Kepuasan	13
2.1.3.3 Faktor Pendorong Kepuasan	14
2.1.4 Kredibilitas Endorser	15
2.1.4.1 Dimensi Kredibilitas Endorser	15
2.1.5 Gaya Hidup (<i>Lifestyle</i>).....	16
2.1.5.1 Dimensi <i>Lifestyle</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu	17
2.3 Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1 Hubungan antar Kredibilitas Endorser dengan Kepuasan	20
2.3.2 Hubungan antar <i>Lifestyle</i> dengan Kepuasan	20
2.3.3 Hubungan antar Kredibilitas Endorser dengan Niat Pembelian Ulang.....	21
2.3.4 Hubungan antar <i>Lifestyle</i> (X_2) dengan Niat Pembelian Ulang (Y)	21
2.3.5 Hubungan antar Kepuasan (Z) dengan Niat Pembelian Ulang (Y)	21
2.4 Hipotesis Penelitian	22
2.5 Model Penelitian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Riset.....	23
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.2.1 Jenis Data	23
3.2.2 Sumber Data.....	23
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.3.1 Populasi	24
3.3.2 Sampel.....	24
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	24
3.4 Unit Analisis	24
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.5.1 Variabel Kredibilitas Endorser (X_1)	25
3.5.2 Variabel <i>Lifestyle</i> (X_2)	25
3.5.3 Variabel Niat Pembelian Ulang (Y)	25
3.5.4 Variabel Kepuasan (Z)	25
3.6 Operasional Variabel	26
3.7 Teknik Analisis Data	28
3.7.1 Uji Validitas	29
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	29
3.7.3 Analisis Jalur	30
3.7.4 Uji F	31
3.7.5 Uji t (Parsial)	32
3.7.6 Koefisien Determinasi (R^2)	32
BAB IV HASIL PENELITIAN	33
4.1 Hasil Penelitian.....	33
4.1.1 Karakteristik Responden	33
4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	38
4.2.1 Uji Validitas	23
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	41
4.3 Analisis Deskriptif Penelitian.....	42
4.3.1 Kredibilitas Endorser Blackpink	43
4.3.2 <i>Lifestyle</i>	44
4.3.3 Kepuasan	45
4.3.4 Niat Pembelian Ulang	46
4.4 Analisis Jalur	47
4.4.1 Analisis Jalur Tahap I	48
4.4.2 Analisis Jalur Tahap II	50
4.4.3 Analisis Jalur Gabungan Tahap I dan II	53
4.5 Pengaruh Langsung, Pengaruh Tidak Langsung, dan Pengaruh Total Antara Variabel Pada Analisis Jalur Gabungan	54
BAB V PEMBAHASAN	56
5.1 Pembahasan Hasil Peneltian.....	56
5.1.1 Pengaruh Kredibilitas Endorser Blackpink terhadap Kepuasan....	56
5.1.2 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Kepuasan.....	57
5.1.3 Pengaruh Kredibilitas Endorser Blackpink terhadap Niat Pembelian Ulang.....	57
5.1.4 Pengaruh <i>Lifestyle</i> terhadap Niat Pembelian Ulang.....	57

5.1.5 Pengaruh Kepuasan terhadap Niat Pembelian Ulang	58
5.1.6 Pengaruh Kredibilitas Endorser Blackpink terhadap Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan	58
5.1.7 Pengaruh Lifestyle Niat Pembelian Ulang melalui Kepuasan	59
5.2 Temuan Penelitian	59
BAB VI PENUTUP	61
6.1 Kesimpulan.....	61
6.2 Saran	62
6.3 Implikasi Penelitian	62
DAFTAR REFRENSI.....	64
LAMPIRAN	66