

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2 Tujuan Penelitian	10
1.3 Kegunaan Hasil Penelitian.....	10
1.3.1 Manfaat Pengembangan Ilmu dan Teoritis	11
1.3.2 Kegunaan Praktis	11
1.4 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	11
1.4.1 Lokasi Penelitian.....	11
1.4.2 Jadwal Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	12
2.1. Kajian Pustaka	12
2.1.1 Generasi Z.....	12
2.1.2 Persepsi harga	14
2.1.3 Kesadaran Merk (<i>Brand awareness</i>).....	20
2.1.4 Brand Ambassador.....	26
2.1.5 Pendapatan	32
2.1.6 Kepuasan Konsumen	35
2.1.7 Minat beli Ulang	44
2.2 Penelitian yang Relevan	47
2.3 Kerangka Pemikiran	48
2.4 Hipotesis	65
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	66
3.1 Objek Penelitian.....	66
3.2 Metode Penelitian	66
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	67
3.2.2 Model Penelitian	73
3.2.3 Populasi dan Sampel	74
3.3 Jenis Sumber Data	77
3.4 Instrumen Penelitian	78
3.5 Teknik Analisis Data	78
3.5.1 Analisis Deskriptif	78

3.5.2	Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	80
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	93
4.1	Hasil Penelitian.....	93
4.1.1	Gambaran Umum Responden Penelitian.....	93
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden.....	95
4.1.3	Hasil Pengujian Analisis.....	107
4.1.4	Model SEM.....	109
4.2	Pembahasan.....	133
4.2.1	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Kepuasan Konsumen	135
4.2.2	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	137
4.2.3	Pengaruh Pendapatan terhadap Kepuasan Konsumen.....	139
4.2.4	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang.....	140
4.2.5	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli Ulang.	142
4.2.6	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli Ulang	143
4.2.7	Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Beli Ulang.....	145
4.2.8	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang.	146
4.2.9	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	148
4.2.10	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	149
4.2.11	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	150
4.2.12	Pengaruh Pendapatan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Konsumen.....	152
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	155
5.1	Simpulan.....	155
5.2	Saran.....	156
DAFTAR PUSTAKA	158

