

Daftar Isi

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian.....	6
1.4.1 Kegunaan Teoritis	6
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian	7
1.5.1 Lokasi Penelitian	7
1.5.2 Jadwal Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.1.1 Kepercayaan Merek.....	8
2.1.1.1 Dimensi Kepercayaan Merek	9

2.1.2	Keterjangkauan.....	10
2.1.2.1	Indikator Keterjangkauan	11
2.1.3	Minat Beli Ulang	12
2.1.3.1	Indikator Minat Beli Ulang.....	13
2.1.4	Penelitian Terdahulu.....	13
2.2	Kerangka Pemikiran	17
2.3	Hipotesis.....	21
BAB III	OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1	Objek Penelitian.....	22
3.1.1	Profil Perusahaan.....	22
3.2	Metode Penelitian.....	22
3.2.1	Operasional Variabel	23
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	25
3.2.2.1	Jenis Data.....	25
3.2.2.2	Populasi Sasaran	25
3.2.2.3	Penentuan Sampel.....	25
3.2.2.4	Teknik Sampling.....	26
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	26
3.3	Model Penelitian.....	28
3.4	Teknik Analisis Data.....	28
3.4.1	Pengembangan Model Berbasis Teori.....	28
3.4.2	Pengembangan <i>Path Diagram</i>	30
3.4.3	Konversi <i>Path</i> Dalam Diagram	31
3.4.4	Memilih Matriks Input dan Persamaan Model	32
3.4.5	Kemungkinan Munculnya Masalah Identifikasi.....	33
3.4.6	Evaluasi Asumsi SEM.....	33
3.4.7	Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	35
3.4.8	Uji Validitas dan Reabilitas.....	37
3.4.9	Evaluasi Atas <i>Regretion Weight</i> Sebagai Pengujian Hipotesis	38
3.4.10	Hipotesis Statistika	39
3.4.11	Interpretasi dan Modifikasi Model	40

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Hasil Penelitian.....	41
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden.....	41
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah	44
4.1.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	45
4.1.2.1 Frekuensi Jawaban Variabel Kepercayaan Merek.....	46
4.1.2.2 Frekuensi Jawaban Variabel Keterjangkauan.....	49
4.1.2.3 Frekuensi Jawaban Variabel Minat Beli Ulang	51
4.1.3 Analisis <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM).....	54
4.1.3.1 Uji <i>Measurement Model</i> (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	54
4.1.3.1.1 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	55
4.1.3.1.2 <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	57
4.1.3.2 Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM	59
4.1.3.2.1 Uji Normalitas	59
4.1.3.2.2 Uji Sampel	60
4.1.3.2.3 Evaluasi <i>Univariate Outlier</i>	61
4.1.3.2.4 Evaluasi <i>Multivariate Outliers</i>	61
4.1.3.2.5 Evaluasi Multikolinieritas dan Singularitas.....	62
4.1.3.3 Evaluasi Kinerja <i>Goodness-of-fit</i>	62
4.1.3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	65
4.1.3.5 Pengujian Hipotesis	68
4.1.3.6 Interpretasi dan Modifikasi Model	71
4.1.3.7 Pengujian Mediasi Variabel.....	71
4.2 Pembahasan.....	72
4.2.1 Kepercayaan Merek Berpengaruh Terhadap Keterjangkauan pada <i>Home Bakery Today's Sweet</i>	72
4.2.2 Kepercayaan Merek Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang pada <i>Home Bakery Today's Sweet</i>	73

4.2.3	Keterjangkauan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Ulang pada <i>Home Bakery Today's Sweet</i>	74
4.2.4	Keterjangkauan Berpengaruh dalam Memediasi Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Ulang pada <i>Home Bakery Today's Sweet</i>	75
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		76
5.1	Simpulan	76
5.2	Saran	77
5.2.1	Saran Bagi Praktisi	77
5.2.2	Saran Bagi Akademisi	77
DAFTAR PUSTAKA		79
LAMPIRAN		83

Daftar Tabel

No	Judul	Hal
2.1	Penelitian Terdahulu.....	16
3.1	Operasional Variabel.....	24
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian.....	29
3.3	Model Persamaan Struktural.....	32
3.4	Model Pengukuran.....	32
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model.....	37
4.1	Analisis Statistik Kepercayaan Merek.....	46
4.2	Analisis Statistik Keterjangkauan.....	49
4.3	Analisis Statistik Minat Beli Ulang.....	51
4.4	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	56
4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen.....	58
4.6	Uji Normalitas.....	60
4.7	Uji <i>Full Model Goodness of Fit</i> SEM.....	63
4.8	Uji Validitas.....	65
4.9	Uji Signifikansi Koefisien.....	69
4.10	Pengaruh Variabel.....	69

Daftar Gambar

No	Judul	Hal
1.1	Grafik Pendapatan Kotor <i>Home Bakery Today's Sweet</i>	3
3.1	Model Penelitian.....	28
3.2	<i>Path Diagram</i> Penelitian.....	31
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	42
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	43
4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah.....	44
4.5	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen.....	55
4.6	Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Ekogen.....	57
4.7	Hasil Uji <i>Full Model</i> SEM.....	63

Daftar Lampiran

No	Judul	Hal
1	Jadwal Penelitian.....	83
2	Kuesioner Penelitian 2023.....	84
3	Data Hasil Kuesioner Penelitian.....	89
4	Evaluasi Atas Asumsi-Asumsi SEM.....	93
5	Evaluasi <i>Goodness of Fit</i>	97
6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	99
7	Uji Pengaruh Variabel.....	100
8	Interpretasi dan Modifikasi Model.....	101
9	Pengujian Variabel Mediasi.....	102