

## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Kegunaan Hasil Penelitian .....	10
1.4.1 Kegunaan Pengembangan Ilmu.....	10
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	10
1.5 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	11
1.5.1 Lokasi Penelitian .....	11
1.5.2 Jadwal Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>12</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1 <i>Repurchase Intention</i> .....	12
2.1.2 Perilaku Konsumen .....	13
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	14
2.1.3.2 Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen .....	15
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen.....	16
2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen .....	17
2.1.4 <i>Repurchase</i> .....	18

2.1.4.1 Pengertian <i>Repurchase</i> (Niat beli ulang).....	18
2.1.4.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Repurchase</i> (Niat beli ulang) .....	19
2.1.4.3 Indikator <i>Repurchase</i> (Niat beli ulang) .....	19
2.1.5 Harga .....	20
2.1.5.1 Pengertian Harga .....	20
2.1.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	21
2.1.5.3 Indikator Harga.....	22
2.1.6 Kualitas Produk .....	23
2.1.6.1 Pengertian Kualitas Produk .....	23
2.1.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	24
2.1.6.3 Indikator Kualitas Produk.....	24
2.1.7 Variasi Produk .....	25
2.1.7.1 Pengertian Variasi Produk .....	25
2.1.7.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Variasi Produk.....	26
2.1.7.3 Indikator Variasi Produk .....	27
2.1.8 <i>Customer Review</i> .....	28
2.1.8.1 Pengertian <i>Customer Review</i> .....	28
2.1.8.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Review</i> .....	29
2.1.8.3 Indikator <i>Customer Review</i> .....	29
2.1.9 Penelitian Terdahulu.....	31
2.2 Kerangka Pemikiran .....	36
2.2.1 Hubungan Harga Dengan Kepuasan Konsumen .....	37
2.2.2 Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen.....	37
2.2.3 Hubungan Variasi Produk Dengan Kepuasan Konsumen.....	38
2.2.4 Hubungan <i>Customer Review</i> Dengan Kepuasan Konsumen.....	39
2.2.5 Hubungan Harga Dengan <i>Repurchase</i> .....	39
2.2.6 Hubungan Kualitas Produk Dengan <i>Repurchase</i> .....	40
2.2.7 Hubungan Variasi Produk Dengan <i>Repurchase</i> .....	40
2.2.8 Hubungan <i>Customer Review</i> Dengan <i>Repurchase</i> .....	40
2.2.9 Hubungan Kepuasan Konsumen Dengan <i>Repurchase</i> .....	41

2.2.10 Kepuasan Konsumen Memediasi Harga Dengan <i>Repurchase</i> .....	42
2.2.11 Kepuasan Konsumen Memediasi Kualitas Produk Dengan <i>Repurchase</i> .....	43
2.2.12 Kepuasan Konsumen Memediasi Variasi Produk Dengan <i>Repurchase</i> .....	43
2.2.13 Kepuasan Konsumen Memediasi <i>Customer Review</i> Dengan <i>Repurchase</i> .....	44
2.3 Hipotesis .....	45
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Objek Penelitian .....	46
3.2 Metode Penelitian .....	46
3.2.1 Jenis Penelitian .....	47
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	47
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.2.3.1 Jenis dan Sumber Data .....	50
3.2.3.2 Populasi Sasaran .....	50
3.2.3.3 <i>Method of Successive Interval (MSI)</i> .....	51
3.2.3.4 Penentuan Sampel .....	52
3.2.4 Teknik Analisis Data .....	54
3.2.4.1 Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model Analysis</i> ) .....	55
3.2.4.2 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model Analysis</i> ) .....	55
3.2.4.3 Analisis Mediasi .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	58
4.2 Profil Responden .....	60
4.3 Deskripsi Objek Penelitian .....	62
4.3.1 Harga .....	63
4.3.2 Kualitas Produk .....	64
4.3.3 Variasi Produk .....	65
4.3.4 <i>Customer Review</i> .....	67
4.3.5 Kepuasan Konsumen .....	68

4.3.6 Repurchase .....	70
4.4 Hasil Penelitian.....	72
4.4.1 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> .....	72
4.4.2 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> .....	77
4.5 Pembahasan .....	82
4.5.1 Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Konsumen .....	82
4.5.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	84
4.5.3 Pengaruh Variasi Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	85
4.5.4 Pengaruh <i>Customer Review</i> terhadap Kepuasan Konsumen.....	87
4.5.5 Pengaruh Harga Terhadap <i>Repurchase</i> .....	88
4.5.6 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Repurchase</i> .....	90
4.5.7 Pengaruh Variasi Produk Terhadap <i>Repurchase</i> .....	92
4.5.8 Pengaruh Customer Review Terhadap <i>Repurchase</i> .....	94
4.5.9 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap <i>Repurchase</i> .....	97
4.5.10 Pengaruh Harga terhadap <i>Repurchase</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	98
4.5.11 Pengaruh Kualitas Produk terhadap <i>Repurchase</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	100
4.5.12 Pengaruh Variasi Produk terhadap <i>Repurchase</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	101
4.5.13 Pengaruh <i>Customer Review</i> terhadap <i>Repurchase</i> Melalui Kepuasan Konsumen.....	102
<b>BAB V.....</b>	<b>105</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>105</b>
5.1 Kesimpulan.....	105
5.2 Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>108</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Ekspor Pakaian Jadi (Konveksi) di Indonesia (Menurut Negara Tujuan) .....	2
Tabel 1.2 Data Penjualan Gemini <i>Factory</i> Tahun 2019-2024 .....	5
Tabel 1.3 Matriks Jadwal Penelitian .....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	31
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	48
Tabel 3.2 Skala Likert .....	54
Tabel 3.3 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	55
Tabel 3.4 Kriteria Pengujian Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	56
Tabel 4.1 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Harga di Gemini <i>Factory</i> .....	63
Tabel 4.2 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kualitas Produk di Gemini <i>Factory</i> .....	64
Tabel 4.3 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Variasi Produk di Gemini <i>Factory</i> .....	66
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Customer Review di Gemini <i>Factory</i> .....	67
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kepuasan Konsumen di Gemini <i>Factory</i> .....	69
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Repurchase di Gemini <i>Factory</i> .....	70
Tabel 4.7 Nilai <i>Outer Loading</i> .....	73
Tabel 4.8 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE) .....	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4.10 Nilai R-Square .....	78
Tabel 4.11 Hasil Uji Signifikansi .....	79
Tabel 4.12 Hasil Analisis Mediasi .....	81

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Gemini <i>Factory</i> .....	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	44
Gambar 3.1 Rumus Lemeshow .....	53
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	61
Gambar 4.3 Hasil Pengujian <i>Outer Model</i> .....	72
Gambar 4.4 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i> .....	77

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	113
Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden .....	117
Lampiran 3 Hasil <i>Method of Successive Interval</i> (MSI) .....	122
Lampiran 4 Hasil Olah Data SmartPLS .....	125