

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Hasil Penelitian	8
1.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian	9
1.5.1. Lokasi Penelitian	9
1.5.2. Jadwal Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Tinjauan Pustaka	10
2.1.1. Kualitas produk	10
2.1.2. <i>Word of mouth</i>	14
2.1.3. Kepercayaan	17

2.1.4. Keputusan pembelian	18
2.2. Penelitian Terdahulu	21
2.3. Kerangka Pemikiran	23
2.4. Hipotesis	28

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian	29
3.2. Metode Penelitian.....	29
3.2.1. Operasionalisasi Variabel.....	29
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.2.1. Jenis Data.....	31
3.2.2.2. Populasi Sasaran	32
3.2.2.3. Penentuan Sampel.....	32
3.2.2.4. Prosedur Pengumpulan Data.....	33
3.3. Model Penelitian	33
3.4. Teknik Analisis Data	33
3.4.1 Pengembangan Model Berbasis Teori.....	34
3.4.2 Pengembangan Diagram Alur	34
3.4.3 Konversi Kedalam Diaagram.....	35
3.4.4 Pemilihan Matriks Input dan Estimasi Model.....	36
3.4.5 Menilai Masalah Identifikasi.....	36
3.4.6 Evaluasi Asumsi SEM.....	37
3.4.7 Mengevaluasi Kriteria <i>Good Of Fit</i>	38
3.4.8 Uji Validitas dan Reabilitas.....	40

3.4.9 Interpretasi dan Modifikasi Model	41
---	----

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	55
4.1.1. Analisis Deskriptif Responden	55
4.1.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	55
4.1.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel	56
4.1.2.1. Frekuensi Jawaban Kualitas produk.....	58
4.1.2.2. Frekuensi Jawaban <i>Word of mouth</i>	60
4.1.2.3. Frekuensi Jawaban Kepercayaan	61
4.1.2.4. Frekuensi Jawaban Keputusan pembelian	63
4.1.3. Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	64
4.1.3.1. Uji Measurement Model (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)	64
4.1.3.1.1. Analisis Konfirmatory Variabel Eksogen	65
4.1.3.1.2. Analisis Konfirmatory Variabel Endogen.....	67
4.1.3.2. Evaluasi Atas Asumsi SEM	69
4.1.3.2.1. Uji Normalitas	69
4.1.3.2.2. Evaluasi <i>Univariate Outliers</i>	71
4.1.3.2.3. Evaluasi <i>Multivariate Outliers</i>	71
4.1.3.2.4. Evaluasi Multikolerientas dan Singularitas.....	72
4.1.3.3. Evaluasi Kinerja <i>Goodness Of-Fit</i>	72
4.1.3.4. Uji Validitas dan Reliabilitas	74
4.1.3.5. Pengujian Hipotesis.....	77

4.1.3.6. Inertpretasi dan Modifikasi Model.....	79
4.2. Pembahasan	80
4.2.1. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepercayaan	80
4.2.2. Pengaruh <i>Word of mouth</i> Terhadap Kepercayaan.....	81
4.2.3. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan pembelian	81
4.2.4. Pengaruh <i>Word of mouth</i> Terhadap Keputusan pembelian.....	82
4.2.5. Pengaruh kepercayaan Terhadap Keputusan pembelian	82
 BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	83
5.2. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Brand Kosmetik Lokal	2
Tabel 1.2 Top Brand Award Tahun 2021.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 3.2 Model Persamaan Struktural	36
Tabel 3.3 Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Good Of Fit</i>).....	40
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Kualitas produk.....	58
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif <i>Word of mouth</i>	60
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Kepercayaan.....	61
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Keputusan pembelian	63
Tabel 4.5 Kualitas produk dan <i>Word of mouth</i> Variabel Eksogen	67
Tabel 4.6 Kepercayaan dan Keputusan pembelian Variabel Endogen.....	69
Tabel 4.7 Uji Normalitas	70
Tabel 4.8 Uji Model <i>Goodness Of-Fit</i> SEM	73
Tabel 4.9 Uji Validitas	74
Tabel 4.10 Pengaruh Variabel dan Uji Signifikansi Koefisien	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Paradigma Penelitian	33
Gambar 3.2 Path Diagram	35
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	56
Gambar 4.3 Hasil Konfirmatory Faktor Analisis Variabel Eksogen.....	65
Gambar 4.4 Konfirmatory Faktor Analisis Variabel Endogen.....	68
Gambar 4.5 Hasil Uji Full Model SEM.....	73