

## DAFTAR ISI

<b>MOTTO .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.4.1 Kegunaan Pengembangan ilmu .....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis .....	7
1.5 Lokasi dan Jadwal penelitian .....	8
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	8
1.5.2 Jadwal Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS .....</b>	<b>9</b>
2.1 Tinjauan Pustaka .....	9
2.1.1 Repurchase Intention .....	9
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	10
2.1.3 Kepuasan Konsumen .....	11
2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Konsumen .....	11
2.1.3.2 Aspek-Aspek Kepuasan Konsumen.....	12
2.1.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen .....	13
2.1.3.4 Indikator Kepuasan Konsumen .....	14
2.1.4 <i>Repurchase</i> .....	15
2.1.4.1 Pengertian <i>Repurchase</i> (keputusan pembelian ulang) .....	15
2.1.4.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Repurchase</i> .....	16
2.1.4.3 Indikator <i>Repurchase</i> .....	17

2.1.5 Harga.....	17
2.1.5.1 Pengertian Harga.....	17
2.1.5.2 Faktor- faktor yang Mempengaruhi Harga .....	19
2.1.5.3 Indikator Harga .....	20
2.1.6 <i>Customer Review</i> .....	21
2.1.6.1 Pengertian <i>Customer Review</i> .....	21
2.1.6.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Review</i> .....	22
2.1.6.3 Indikator <i>Customer Review</i> .....	22
2.1.7 Citra Merek .....	23
2.1.7.1 Pengertian Citra Merek .....	23
2.1.7.2 Faktor -faktor yang mempengaruhi Citra Merek .....	24
2.1.7.3 Indikator Citra Merek.....	25
2.1.8 Penelitian Terdahulu .....	27
2.2 Kerangka Pemikiran .....	35
2.2.1 Hubungan Harga dengan Kepuasan Konsumen .....	35
2.2.2 Hubungan <i>Customer Review</i> dengan Kepuasan Konsumen .....	35
2.2.3 Hubungan Citra Merek dengan Kepuasan Konsumen.....	36
2.2.4 Hubungan Harga dengan <i>Repurchase</i> .....	36
2.2.5 Hubungan <i>Customer Review</i> dengan <i>Repurchase</i> .....	36
2.2.6 Hubungan Citra Merek dengan <i>Repurchase</i> .....	37
2.2.7 Hubungan Kepuasan Konsumen dengan <i>Repurchase</i> .....	37
2.2.8 Kepuasan Konsumen Memediasi Harga dengan <i>Repurchase</i> .....	38
2.2.9 Kepuasan Konsumen Memediasi <i>Customer Review</i> dengan <i>Repurchase</i> .....	39
2.2.10 Kepuasan Konsumen Memediasi Citra Merek dengan <i>Repurchase</i> ... 40	
2.3 Hipotesis.....	41
<b>BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
3.1 Objek Penelitian .....	42
3.2 Metode Penelitian.....	42
3.2.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	43
3.2.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46

3.2.4 Jenis dan Sumber data .....	46
3.2.5 Populasi Sasaran .....	46
3.2.5.1 Penentuan Sampel .....	48
3.2.6 Teknik Analisis Data .....	52
3.2.6.1 Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model Analysis</i> ) .....	52
3.2.6.2 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model Analysis</i> ) .....	53
3.2.6.3 Analisis Mediasi.....	54
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>55</b>
4.1 Hasil.....	55
4.1.1 Karakteristik Responden.....	55
4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal .....	57
4.1.2 Uji Model Pengukuran ( <i>Outer Model Analysis</i> ).....	58
4.1.2.1 Uji Validitas .....	58
4.1.2.2 Uji Reliabilitas .....	62
4.1.3 Uji Model Struktural ( <i>Inner Model Analysis</i> ).....	63
4.1.3.1 <i>Path Coefficient</i> .....	64
4.1.3.2 R Square .....	66
4.2 Pembahasan .....	66
4.2.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen .....	66
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap <i>Repurchase</i> .....	68
4.2.3 Pengaruh <i>Customer Review</i> Terhadap Kepuasan Konsumen .....	69
4.2.4 Pengaruh <i>Customer Review</i> Terhadap <i>Repurchase</i> .....	70
4.2.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
4.2.6 Pengaruh Citra Merek Terhadap <i>Repurchase</i> .....	73
4.2.7 Pengaruh Harga Terhadap <i>Repurchase</i> Melalui Kepuasan Konsumen	75
4.2.8 Pengaruh <i>Customer Review</i> Terhadap <i>Repurchase</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	76
4.2.9 Pengaruh Citra Merek Terhadap <i>Repurchase</i> Melalui Kepuasan Konsumen .....	77
4.2.10 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Repurchase</i> .....	79
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>83</b>

5.1 Simpulan.....	83
5.2 Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>97</b>
<b>BIODATA PENULIS.....</b>	<b>108</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Matriks Jadwal Penelitian .....	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	45
Tabel 3.2 Data Mahasiswa FEB.....	48
Tabel 3.3 Data sampel perjurusan.....	52
Tabel 3.4 <i>Skala Likert</i> .....	52
Tabel 3.5 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	53
Tabel 3.6 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Inner Model</i> ).....	54
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota.....	57
Tabel 4.4 <i>Loading Factor</i> .....	59
Tabel 4.5 <i>Fornell-Larcker Criterion</i> .....	60
Tabel 4.6 <i>Composite Reliability</i> .....	61
Tabel 4.7 <i>Path Coefficient</i> .....	63
Tabel 4.8 <i>Indirect Effect</i> .....	63
Tabel 4.9 <i>Model Fit</i> .....	64
Tabel 4.10 <i>R Square</i> .....	64

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Layanan Pesan Antar Makanan.....	1
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	44
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	56
Gambar 4.3 <i>Outer Model</i> .....	58
Gambar 4.4 <i>Inner Model</i> .....	62