

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENERIMAAN.....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR RUMUS.....	xv
BAB I      PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian .....	7
1.4    Kegunaan Penelitian .....	7
1.5    Definisi Operasional .....	8
BAB II     KAJIAN PUSATAKA .....	11
2.1 <i>Perceived Value</i> .....	11

2.1.1	Pengertian <i>Perceived Value</i> .....	11
2.1.2	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Perceived Value</i> .....	12
2.1.3	Indikator <i>Perceived Value</i> .....	14
2.2	Preferensi Merek.....	14
2.1.1	Pengertian Preferensi Merek.....	14
2.1.2	Indikator Preferensi Merek.....	15
2.3	Daya Tarik Sensori .....	16
2.3.1	Pengertian Daya Tarik Sensori.....	16
2.3.2	Bentuk Daya Tarik Sensori.....	16
2.4	Harga.....	17
2.4.1	Pengertian Harga.....	17
2.4.2	Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	17
2.4.3	Indikator Harga.....	19
2.5	<i>Repurchase Intention</i> .....	19
2.5.1	Pengertian <i>Repurchase Intention</i> .....	19
2.5.2	Indikator <i>Repurchase Intention</i> .....	20
2.6	Kerangka Pemikiran.....	21
2.7	Hipotesis Penelitian .....	21
BAB III	METODE PENELITIAN .....,.....	22
3.1	Rancangan Penelitian .....	22
3.2	Populasi dan Sampel .....	23

3.2.1	Populasi Penelitian .....	23
3.2.2	Sampel Penelitian.....	24
3.2.3	Teknik Penarikan Sampel .....	24
3.3	Pengumpulan Data .....	25
3.4	Analisis Data .....	26
3.4.1	Statistik Deskriptif .....	27
3.4.2	Analisis Statistik Inferensial .....	27
3.4.3	Pengukuran Model ( <i>Outer Model</i> ) .....	28
3.4.4	Model Analisis Persamaan Struktural .....	29
3.4.5	<i>Predictive Relevance</i> .....	29
3.4.6	Pengujian Hipotesis .....	30
BAB IV	HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1	Hasil Uji Analisa.....	31
1.	Hasil Kontruksi Diagram Jalur.....	31
2.	Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	32
3.	Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	37
4.	Uji Hipotesis.....	38
4.2	Pembahasan.....	39
4.2.1	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	39
4.2.2	Pengaruh Preferensi Merek terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	41

4.2.3	Pengaruh Daya Tarik Sensori terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	42
4.2.4	Pengaruh Harga terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	43
BAB V	PENUTUP.....	45
5.1	Kesimpulan.....	45
5.2	Saran.....	46
	DAFTAR PUSTAKA.....	47
	LAMPIRAN.....	53

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 4.1.	Tabel AVE.....	32
Tabel 4.2.	Tabel <i>Outer Loading Perceived Value</i> .....	33
Tabel 4.3.	Tabel <i>Outer Loading</i> Preferensi Merek.....	34
Tabel 4.4.	Tabel <i>Outer Loading</i> Daya Tarik Sensori.....	35
Tabel 4.5.	Tabel <i>Outer Loading</i> Harga.....	36
Tabel 4.6.	Tabel <i>Outer Loading Repurchase Intention</i> .....	36
Tabel 4.7.	Tabel <i>Composite Reliability</i> .....	37
Tabel 4.8.	Tabel <i>R-Square</i> .....	38
Tabel 4.9.	Tabel <i>t-Statistic</i> .....	38



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Penelitian.....	21
Gambar 4.1	Diagram Jalur Penelitian.....	31



## DAFTAR RUMUS

3.1	Rumus <i>Lemeshow</i> .....	24
-----	-----------------------------	----

