

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
PENGESAHAN MUNAQOSYAH.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
ABSTRACT.....	v
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian	14
E. Sistematika Penulisan	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Deskripsi Teori	17
1. Theory Of Planned Behavior	17
2. Kepuasan Konsumen	19
3. Minat Beli Ulang	23
4. Brand Image	27
5. Harga	31
B. Penelitian Terdahulu	34
C. Kerangka Berfikir	43
D. Hipotesis	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan	52
1. Jenis Penelitian	52
2. Pendekatan Penelitian	52
B. Setting Penelitian	52
C. Populasi dan Sampel	53
1. Populasi	53
2. Sampel	53
D. Desain dan Definisi Operasional Variabel	54
E. Teknik Pengumpulan Data	57
1. Sumber Data dan Jenis Data	57
2. Pengumpulan Data	58

F. Teknik Analisis Data	59
1. Analisis Deskriptif	59
2. Analisis Partial Least Square (PLS)	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	65
1. Gambaran Objek Penelitian	65
2. Gambaran Umum Responden	69
3. Deskripsi Data Variabel Penelitian	71
4. Analisis Data Penelitian	78
B. Pembahasan	95
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	107
B. Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perkiraan Pendapatan Produk Perawatan Diri Dan Kecantikan Di Indonesia	3
Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Wanita Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia	7
Gambar 1.3 Matriks Penjualan Akun Official The Originote di TikTok Shop dalam Seminggu (19-25 September 2023)	9
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	44
Gambar 4.1 Logo Brand The Originote	68
Gambar 4.2 Perancangan Model Struktural (Inner Model)	82
Gambar 4.3 Hasil Pengujian Validitas Non Responden	83
Gambar 4.4 Hasil Pengujian Model Pengukuran (Outer Model)	87
Gambar 4.5 Hasil Bootstrapping	95



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Jumlah Mahasiswi Angkatan 2020 – 2021	54
Tabel 3.2 Definisi Operasional	57
Tabel 3.3 Nilai Jawaban Instrumen Penelitian.....	60
Tabel 4.1 Produk Skincare dari brand The Originote	70
Tabel 4.2 Program Studi Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	72
Tabel 4.3 Frekuensi Pembelian Produk dalam Waktu Tertentu	73
Tabel 4.4 Deskripsi Data Variabel Brand Image (X1)	74
Tabel 4.5 Deskripsi Data Variabel Harga (X2)	76
Tabel 4.6 Deskripsi Data Variabel Kepuasan Konsumen (Z)	77
Tabel 4.7 Deskripsi Data Variabel Minat Beli Ulang (Y)	80
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Non Responden Brand Image	83
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Non Responden Harga	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Non Responden Kepuasan	84
Tabel 4.11 Uji Validitas Non-Responden Minat Beli Ulang	84
Tabel 4.12 Hasil Nilai AVE Validitas Konvergen Non Responden..	85
Tabel 4.13 Hasil Fornell-Lacker Criterium Non Responden.....	85
Tabel 4.14 Hasil Nilai Fornell-Lacker Criterium Setelah Penghapusan Indikator.....	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Konvergen (Loading Factor)	88
Tabel 4.16 Nilai Cross Loading	89
Tabel 4.17 Hasil Uji Fornell Larcker Criterion	90
Tabel 4.18 Hasil Uji Realibilitas Nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	91
Tabel 4.19 Hasil nilai R-Square (R2)	92
Tabel 4.20 Hasil Nilai Effect Size (F2).....	93
Tabel 4.21 Hasil Path Coefficients	94
Tabel 4.22 Hasil Model Fit	95
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Langsung (Direct Effect)	96
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis Pengaruh Tidak Langsung (Indirect Effect)	97