

DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pertanyaan Penelitian	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	11
1.6 Lingkup Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 <i>Brand</i>	14
2.2 <i>Brand Equity</i>	15
2.3 <i>Brand Awareness</i>	16
2.3.1 Indikator <i>Brand Awareness</i>	18
2.4 <i>Brand Association</i>	19
2.4.1 Indikator <i>Brand Association</i>	22
2.5 <i>Perceived Quality</i>	22
2.5.1 Indikator <i>Perceived Quality</i>	24
2.6 <i>Brand loyalty</i>	25
2.6.1 Indikator <i>Brand Loyalty</i>	29
2.7 Niat Beli Ulang.....	29
2.7.1 Indikator Niat Beli Ulang.....	30

2.8.	Kajian Penelitian Terdahulu	31
2.8.1	Penelitian Foroudi <i>et al.</i> , (2018)	31
2.8.2	Penelitian Chen <i>et al.</i> , (2019).....	31
2.8.3	Penelitian Putra dan Aksari (2018)	32
2.8.4	Penelitian Sichtmann <i>et al.</i> , (2019).....	32
2.9	Perumusan Hipotesis	33
2.9.1	<i>Brand Awareness</i> Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Ulang	33
2.9.2	<i>Brand Association</i> Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Ulang.....	34
2.9.3	<i>Perceived Quality</i> Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Ulang.....	34
2.9.4	<i>Brand Loyalty</i> Berpengaruh Positif Pada Niat Beli Ulang.....	35
2.9.5	Perbedaan <i>Brand Awareness</i> , <i>Brand Association</i> , <i>Perceived Quality</i> , <i>Brand Loyalty</i> dan Niat Beli Ulang di antara Innisfree dan Scarlett	35
2.10	Kerangka Penelitian.....	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Desain Penelitian	38
3.2	Metode Pengumpulan Data	38
3.2.1	Jenis Data	38
3.2.2	Alat Pengumpulan Data	39
3.2.3	Metode Penyampelan	39
3.3.	Definisi Konseptual dan Operasional Penelitian	40
3.3.1	<i>Brand Awareness</i>	40
3.3.2	<i>Brand Association</i>	41
3.3.3	<i>Perceived Quality</i>	41
3.3.4	<i>Brand Loyalty</i>	42
3.3.5	Niat Beli Ulang	43
3.3.6	Item Kuesioner	44
3.4.	Skala Pengukuran	45
3.5.	Uji Instrumen.....	46
3.5.1	Uji Validitas	46
3.5.2	Uji Reliabilitas	47
3.6.	Uji Asumsi Klasik	47
3.6.1	Uji Normalitas.....	47

3.6.2	Uji Multikolinearitas	47
3.6.3	Uji Heteroskedastisitas	48
3.7.	Metode Analisis Data	48
3.7.1	Analisis Regresi Berganda	48
3.7.2	Uji F	49
3.7.3	Uji Koefisien Determinasi	49
3.7.4	Uji T	50
3.7.5	Analisis Komparatif (Uji Beda T-Test)	50
BAB IV HASIL ANALISIS DATA		52
4.1.	Karakteristik Responden	52
4.1.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Alokasi Dana	54
4.2	Uji Instrumen	54
4.2.1	Uji Validitas	54
4.2.2	Uji Reliabilitas	58
4.3	Analisis Deskriptif	59
4.4	Uji Asumsi Klasik	67
4.4.1	Uji Normalitas	67
4.4.2	Uji Multikolinearitas	67
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	68
4.5	Analisis Regresi Linier Berganda	69
4.5.1	Uji F	70
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi	72
4.5.3	Uji T	72
4.6	Uji Beda dengan <i>Independent T-Test</i>	76
4.7	Pembahasan	77
4.7.1	Analisis Deskriptif	77
4.7.2	Analisis Uji Hipotesis Regresi	79
4.7.3	Hasil Uji Hipotesis <i>Independent T-Test</i>	86
BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI HASIL PENELITIAN		90
5.1	Kesimpulan	90

5.2	Implikasi Manajerial.....	91
5.3	Keterbatasan Penelitian	94
5.4	Implikasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	94
DAFTAR PUSTAKA		96
LAMPIRAN.....		100