

## DAFTAR ISI

SURAT KETERANGAN PENGGANTI LEMBAR PENGESAHAN .....	i
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
INTISARI .....	xii
ABSTRACT .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian .....	9
1.6 Lokasi Penelitian .....	10
1.7 Waktu Penelitian .....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1 Tinjauan Pustaka .....	11
2.1.1 Produk Perawatan Kulit Natural ( <i>Natural Skincare Product</i> ) ....	11
2.1.2 Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ) .....	12
2.1.3 Teori Perilaku Terencana ( <i>Theory of Planned Behavior</i> ) .....	13
2.1.4 Persepsi Nilai Konsumen .....	14
2.1.5 Persepsi Lokalitas Merek .....	18
2.1.6 Pengetahuan Produk .....	19
2.1.7 Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural .....	20
2.1.8 Norma Subjektif .....	21
2.1.9 Persepsi Kontrol Perilaku .....	22
2.1.10 Niat Pembelian Kembali .....	23
2.2 Pengembangan Hipotesis .....	23

2.2.1 Pengaruh Nilai Kesehatan pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	23
2.2.2 Pengaruh Nilai Keamanan pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia. ....	24
2.2.3 Pengaruh Nilai Lingkungan pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia. ....	25
2.2.4 Pengaruh Persepsi Lokalitas Merek pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia. ....	26
2.2.5 Pengaruh Pengetahuan Produk pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia. ....	27
2.2.6 Pengaruh Sikap pada Niat Pembelian Kembali Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia...	27
2.2.7 Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Pembelian Kembali Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	28
2.2.8 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku pada Niat Pembelian Kembali Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia. ....	29
2.3 Model Penelitian.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
3.1 Desain Penelitian .....	31
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran .....	31
3.2.1 Nilai Kesehatan .....	31
3.2.2 Nilai Keamanan.....	32
3.2.3 Nilai Lingkungan .....	33
3.2.4 Persepsi Lokalitas Merek .....	34

3.2.5 Pengetahuan Produk.....	35
3.2.6 Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Merek Lokal Indonesia .....	36
3.2.7 Norma Subjektif.....	37
3.2.8 Persepsi Kontrol Perilaku.....	38
3.2.9 Niat Pembelian Kembali .....	39
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi .....	40
3.3.2 Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	40
3.3.3 Jumlah Sampel .....	41
3.3.4 Skala Pengukuran.....	41
3.4 Objek Penelitian .....	42
3.4.1 Djamujamu.....	42
3.4.2 Sensatia Botanicals.....	43
3.4.3 Sariayu.....	44
3.5 Metode Pengumpulan Data .....	45
3.6 Instrumen Penelitian.....	46
3.7 Metode Analisis Data .....	46
3.7.1 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	47
3.7.2 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	50
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	53
4.1 Hasil Pengumpulan Data .....	53
4.1.1 Profil Responden.....	53
4.2 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	56
4.2.1 Pengujian Validitas Konvergen.....	56
4.2.2 Pengujian Validitas Diskriminan .....	59
4.2.3 Pengujian Reliabilitas.....	64
4.2.4 Analisis Statistik Deskriptif .....	65
4.3 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....	69
4.3.1 Uji Multikolinearitas .....	69

4.3.2 Uji Koefisien Determinasi (Nilai <i>R-Squares</i> ) .....	70
4.3.3 Uji <i>Predictive Relevance</i> ( $Q^2$ ).....	71
4.3.4 Evaluasi Model Fit.....	71
4.4 Pengujian Hipotesis .....	73
4.4.1 Pengujian Hipotesis Pengaruh Nilai Kesehatan pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	75
4.4.2 Pengujian Hipotesis Pengaruh Nilai Keamanan pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	76
4.4.3 Pengujian Hipotesis Pengaruh Nilai Lingkungan pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	77
4.4.4 Pengujian Hipotesis Pengaruh Persepsi Lokalitas Merek pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	79
4.4.5 Pengujian Hipotesis Pengaruh Pengetahuan Produk pada Sikap terhadap Pembelian Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	80
4.4.6 Pengujian Hipotesis Pengaruh Sikap terhadap Pembelian pada Niat Pembelian Kembali Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	82
4.4.7 Pengujian Hipotesis Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Pembelian Kembali Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	83
4.4.8 Pengujian Hipotesis Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku pada Niat Pembelian Kembali Produk Perawatan Kulit Natural dengan Citra Merek Lokal Indonesia .....	84
4.5 Ringkasan Pengujian .....	85
BAB V KESIMPULAN .....	87
5.1 Kesimpulan .....	87

5.2 Implikasi Manajerial.....	91
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	94
5.4 Arahan Penelitian Mendatang .....	95
DAFTAR PUSTAKA .....	96
LAMPIRAN.....	107