

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
INTISARI.....	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	11
1.6 Lingkup Penelitian.....	12
1.7 Sistematika Penulisan	12
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Teori Konseptual.....	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	16
2.1.2.1 Kualitas Produk	17
2.1.2.2 Kesesuaian Harga	20
2.1.2.3 Aksesibilitas Tempat	22
2.1.2.4 Aktivitas Promosi	25
2.1.3 Teori Perilaku Terencana.....	26
2.1.3.1 Sikap terhadap Perilaku (<i>Attitude toward Behavior</i>).....	28
2.1.3.2 Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>)	29
2.1.3.3 Persepsi Kontrol Perilaku (<i>Perceived Behavioral Control / PBC</i>).....	30
2.1.4 Niat Pembelian Ulang	32

2.2 Tinjauan Riset Terdahulu	33
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	37
2.3.1 Pengaruh Kualitas Produk pada Sikap terhadap Pembelian Ulang	37
2.3.2 Pengaruh Kesesuaian Harga pada Sikap terhadap Pembelian Ulang	38
2.3.3 Pengaruh Aksesibilitas Tempat pada Sikap terhadap Pembelian Ulang	39
2.3.4 Pengaruh Aktivitas Promosi pada Sikap terhadap Pembelian Ulang	39
2.3.5 Pengaruh Kesesuaian Harga pada Persepsi Kontrol Perilaku	40
2.3.6 Pengaruh Aksesibilitas Tempat pada Persepsi Kontrol Perilaku..	41
2.3.7 Pengaruh Sikap terhadap Pembelian Ulang pada Niat Pembelian Ulang.....	42
2.3.8 Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Pembelian Ulang.....	43
2.3.9 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku pada Niat Pembelian Ulang	44
2.4 Model Penelitian	45
BAB III METODE PENELITIAN	46
3.1 Desain Penelitian	46
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	47
3.2.1 Instrumen Penelitian	47
3.2.2 Populasi dan Sampel	47
3.3 Definisi Operasional dan Indikator Instrumen Penelitian	50
3.3.1 Kualitas Produk.....	51
3.3.2 Kesesuaian Harga.....	51
3.3.3 Aksesibilitas Tempat	52
3.3.4 Aktivitas Promosi.....	53
3.3.5 Sikap terhadap Perilaku (<i>Attitude toward Behavior</i>)	54
3.3.6 Norma Subjektif (<i>Subjective Norm</i>).....	55
3.3.7 Persepsi Kontrol Perilaku (<i>Perceived Behavioral Control / PBC</i>)	55
3.3.8 Niat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	56
3.4 Metode Analisis Data.....	57
3.4.1 <i>Outer Model</i> (Uji Evaluasi Model Pengukuran)	58

3.4.1.1 Uji Validitas	58
3.4.1.2 Uji Reliabilitas	60
3.4.2 <i>Inner Model</i> (Uji Evaluasi Model Struktural)	60
3.4.2.1 Uji Multikolinearitas	61
3.4.2.2 Uji <i>R Square</i> (R^2)	61
3.4.2.3 Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	62
3.4.2.4 <i>Predictive Relevance</i> atau Uji <i>Q Square</i> (Q^2)	62
3.4.2.5 Model Fit (<i>Goodness of Fit</i>)	63
3.4.2.6 Uji <i>Path Coefficients</i> (Hipotesis)	63
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Hasil Pengumpulan Data	65
4.2 Profil Responden	66
4.3 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	67
4.3.1 <i>Outer Model</i>	68
4.3.1.1 Uji Validitas Konvergen	68
4.3.1.2 Uji Validitas Diskriminan	70
4.3.1.3 Uji Reliabilitas	73
4.4 Hasil Pengujian Model Struktural	74
4.4.1 <i>Inner Model</i>	74
4.4.1.1 Uji Multikolinearitas	75
4.4.1.2 Uji <i>R-Square</i> (R^2)	76
4.4.1.3 Uji <i>Effect Size</i> (f^2)	77
4.4.1.4 Uji <i>Q-Square</i> (Q^2 / <i>Predictive Relevance</i>)	78
4.4.1.5 Model Fit (<i>Goodness of Fit</i>)	79
4.5 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	80
4.5.1 Statistik Deskriptif Kualitas Produk	82
4.5.2 Statistik Deskriptif Kesesuaian Harga	83
4.5.3 Statistik Deskriptif Aksesibilitas Tempat	84
4.5.4 Statistik Deskriptif Aktivitas Promosi	85
4.5.5 Statistik Deskriptif Sikap terhadap Pembelian Ulang	86
4.5.6 Statistik Deskriptif Norma Subjektif	87
4.5.7 Statistik Deskriptif Persepsi Kontrol Perilaku	88

4.5.8 Statistik Deskriptif Niat Pembelian Ulang.....	89
4.6 Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficient</i>)	90
4.7 Pembahasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	95
4.7.1 Pengaruh Kualitas Produk pada Sikap terhadap Pembelian Ulang	95
4.7.2 Pengaruh Kesesuaian Harga pada Sikap terhadap Pembelian Ulang	96
4.7.3 Pengaruh Aksesibilitas Tempat pada Sikap terhadap Pembelian Ulang	97
4.7.4 Pengaruh Aktivitas Promosi pada Sikap terhadap Pembelian Ulang	99
4.7.5 Pengaruh Kesesuaian Harga pada Persepsi Kontrol Perilaku	100
4.7.6 Pengaruh Aksesibilitas Tempat pada Persepsi Kontrol Perilaku.	101
4.7.7 Pengaruh Sikap terhadap Pembelian Ulang pada Niat Pembelian Ulang.....	102
4.7.8 Pengaruh Norma Subjektif pada Niat Pembelian Ulang.....	104
4.7.9 Pengaruh Persepsi Kontrol Perilaku pada Niat Pembelian Ulang	105
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Implikasi Manajerial	110
5.3 Keterbatasan Penelitian	113
5.4 Saran Penelitian Mendatang	114
DAFTAR PUSTAKA.....	115
LAMPIRAN.....	122

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 3. 1 Skala Kuesioner ' <i>Likert</i> '	47
Tabel 3. 2 Butir Kuesioner Kualitas Produk	51
Tabel 3. 3 Butir Kuesioner Kesesuaian Harga	51
Tabel 3. 4 Butir Kuesioner Aksesibilitas Tempat	53
Tabel 3. 5 Butir Kuesioner Aktivitas Promosi	54
Tabel 3. 6 Butir Kuesioner Sikap terhadap Perilaku	55
Tabel 3. 7 Butir Kuesioner Norma Subjektif	55
Tabel 3. 8 Butir Kuesioner Persepsi Kontrol Perilaku	56
Tabel 3. 9 Butir Kuesioner Niat Pembelian Ulang.....	56
Tabel 4.1 Profil Responden	66
Tabel 4.2 Nilai <i>Outer Loadings</i>	69
Tabel 4.3 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE).....	70
Tabel 4.4 Nilai <i>Cross Loadings</i>	71
Tabel 4.5 Nilai <i>Fornell-Larcker</i>	72
Tabel 4.6 Nilai HTMT.....	72
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas	73
Tabel 4.8 Nilai VIF.....	75
Tabel 4.9 Nilai <i>Adjusted R²</i>	76
Tabel 4.10 Nilai <i>Effect Size (f²)</i>	78
Tabel 4.11 Nilai <i>Predictive Relevance (Q²)</i>	79
Tabel 4.12 Nilai SRMR.....	80
Tabel 4.13 Statistik Deskriptif Kualitas Produk (PRO)	82
Tabel 4.14 Statistik Deskriptif Kesesuaian Harga (PRI).....	83
Tabel 4.15 Statistik Deskriptif Aksesibilitas Tempat (PLC)	84
Tabel 4.16 Statistik Deskriptif Aktivitas Promosi (PROM).....	85
Tabel 4.17 Statistik Deskriptif Sikap terhadap Pembelian Ulang	86
Tabel 4.18 Statistik Deskriptif Sikap terhadap Pembelian Ulang	87
Tabel 4.19 Statistik Deskriptif Persepsi Kontrol Perilaku	88
Tabel 4.20 Statistik Deskriptif Niat Pembelian Ulang	89
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konsumsi Produk Kesehatan di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Distribusi Penduduk Indonesia Menurut Generasi.....	3
Gambar 2. 1 Struktur Model TPB	28
Gambar 2. 2 Model Konseptual Penelitian	45
Gambar 4. 1 Model Pengukuran PLS-SEM.....	68
Gambar 4. 2 Model Struktural PLS <i>Bootstrap</i>	75

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	122
Lampiran 2 Hasil Olah Data	128