

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	9
1.6. Lingkup Penelitian	9
1.7. Sistematika Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	12
2.1. Industri Kosmetik.....	12
2.2. Belanja Daring (<i>Online Shopping</i>).....	13
2.3. Kepuasan Konsumen	14
2.4. Komitmen	15
2.5. Nilai yang Dipersepsikan Konsumen.....	16
2.6. Keintiman Merek.....	17
2.7. Layanan Pelanggan.....	18
2.8. Keterikatan Konsumen	18
2.9. Kesetiaan Konsumen	19
2.10. Kajian Penelitian Terdahulu.....	20

2.11.	Perumusan Hipotesis	23
2.11.1.	Pengaruh Kepuasan Konsumen pada Keterikatan Konsumen	23
2.11.2.	Pengaruh Komitmen pada Keterikatan Konsumen	24
2.11.3.	Pengaruh Nilai yang Dipersepsikan Konsumen pada Keterikatan Konsumen.....	25
2.11.4.	Pengaruh Keintiman Merek pada Keterikatan Konsumen.....	25
2.11.5.	Pengaruh Layanan Pelanggan pada Keterikatan Konsumen.....	26
2.11.6.	Pengaruh Keterikatan Konsumen pada Kesetiaan Konsumen	27
2.12.	Model Penelitian	28
BAB III	MODEL PENELITIAN	30
3.1.	Desain Penelitian.....	30
3.2.	Definisi Operasional.....	30
3.3.	Metode Pengumpulan Data	34
3.3.1.	Populasi dan Sampel	34
3.4.	Instrumen Penelitian.....	35
3.5.	Pengujian Instrumen Penelitian	37
3.5.1.	Uji Validitas.....	38
3.5.2.	Uji Reliabilitas.....	39
3.6.	Metode Analisis Data	40
3.6.1.	Uji Hipotesis.....	40
3.6.2.	Analisis Regresi Linear Sederhana.....	40
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	42
4.2	Hasil Uji Instrumen	42
4.2.1.	Hasil Uji Validitas.....	42
4.2.2.	Hasil Uji Reliabilitas	44
4.3	Pembahasan Kualifikasi Responden	46
4.4	Analisis Profil Responden.....	47
4.4.1.	Profil Responden Berdasarkan Usia	47
4.4.2.	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.4.3.	Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	48

4.4.4.	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	49
4.4.5.	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Rutin Tiap Bulan	50
4.4.6.	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Rutin Produk Kosmetik.....	51
4.4.7.	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla.....	51
4.4.8.	Profil Responden Berdasarkan Pembelian Produk Menurut Jenisnya.....	52
4.4.9.	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Akun Resmi Sociolla di Media Sosial.....	53
4.4.10.	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat Iklan dan Promosi Sociolla di Media Social.....	54
4.5	Analisis Statistik Deskriptif	55
4.6	Hasil Pengujian Hipotesis.....	61
4.7	Pembahasan Hasil	64
4.7.1.	Pembahasan Hasil Hipotesis 1	64
4.7.2.	Pembahasan Hasil Hipotesis 2	64
4.7.3.	Pembahasan Hasil Hipotesis 3	65
4.7.4.	Pembahasan Hasil Hipotesis 4	66
4.7.5.	Pembahasan Hasil Hipotesis 5	67
4.7.6.	Pembahasan Hasil Hipotesis 6	67
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1	Simpulan.....	69
5.2	Implikasi Manajerial.....	71
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	75
5.4	Saran.....	76
	DAFTAR PUSTAKA.....	77