



DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| HALAMAN DEPAN | |
| HALAMAN PENGESAHAN | |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | |
| LEMBAR PERSEMBAHAN..... | |
| MOTTO..... | |
| KATA PENGANTAR..... | |
| DAFTAR ISI | ii |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN | viii |
| BAB 1 PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 2 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 12 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 15 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 16 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 16 |
| 1.5.1 Kontribusi empiris | 16 |
| 1.5.2 Kontribusi metodologis | 17 |
| 1.5.3 Kontribusi praktis | 17 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 18 |
| BAB 2 LANDASAN TEORI dan PENGEMBANGAN HIPOTESIS | 20 |
| 2.1 Teori Kesesuaian | 20 |
| 2.1.1 Kesesuaian citra diri | 24 |
| 2.1.2 Kesesuaian citra merek daring- <i>offline</i> | 26 |
| 2.1.3 Kesesuaian nilai | 27 |
| 2.2 Pengalaman Merek Daring | 28 |
| 2.3 Risiko Persepsian..... | 32 |
| 2.4 Niat Pembelian Kembali..... | 37 |
| 2.5 Pengembangan Hipotesis..... | 39 |
| 2.5.1 Pengaruh kesesuaian pada pengalaman merek daring..... | 39 |
| 2.5.2 Pengaruh pengalaman merek daring pada niat pembelian kembali | 41 |
| 2.5.3 Pengaruh pengalaman merek daring pada niat pembelian kembali dimediasi risiko persepsian | 43 |
| 2.6 Model Penelitian..... | 46 |
| BAB 3 METODA PENELITIAN..... | 47 |
| 3.1 Desain Penelitian | 47 |
| 3.2 Populasi dan Sampel..... | 48 |
| 3.3 Teknik Pengambilan Sampel | 49 |
| 3.4 Jenis Data dan Sumber Data..... | 51 |
| 3.5 Metode Pengumpulan Data | 51 |
| 3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 52 |
| 3.6.1 Kesesuaian citra diri | 55 |



| | | |
|---|--|------------|
| 3.6.2 | Kesesuaian citra merek daring-luring..... | 56 |
| 3.6.3 | Kesesuaian nilai | 56 |
| 3.6.4 | Pengalaman merek daring | 56 |
| 3.6.5 | Risiko produk | 57 |
| 3.6.6 | Risiko finansial..... | 57 |
| 3.6.7 | Risiko privasi..... | 57 |
| 3.6.8 | Niat pembelian kembali..... | 58 |
| 3.7 | Uji Instrumen..... | 58 |
| 3.7.1 | Uji validitas | 58 |
| 3.7.2 | Uji reliabilitas | 60 |
| 3.8 | Metode Analisis Data | 60 |
| 3.8.1 | <i>Chi-square</i> (χ^2) | 61 |
| 3.8.2 | <i>Goodness of fit index</i> (GFI) | 62 |
| 3.8.3 | <i>Root mean square error of approximation</i> (RMSEA) | 62 |
| 3.8.4 | <i>Comparative fit index</i> (CFI) | 62 |
| 3.8.5 | <i>Adjusted goodness of fit index</i> (AGFI) | 63 |
| 3.9 | Pilot Test (Uji Pendahuluan) | 63 |
| BAB 4 ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN | | 67 |
| 4.1 | Hasil Pengumpulan Data | 67 |
| 4.2 | Profil Responden | 68 |
| 4.3 | Statistik Deskriptif Data Penelitian | 76 |
| 4.4 | Hasil Uji Validitas | 80 |
| 4.5 | Hasil Uji Reliabilitas | 85 |
| 4.6 | Hasil pengolahan data (SEM)..... | 87 |
| 4.6.1 | Pemenuhan asumsi dasar SEM..... | 87 |
| 4.6.2 | Uji kesesuaian model..... | 92 |
| 4.6.3 | Pengujian hipotesis | 95 |
| 4.7 | Pembahasan Hasil Uji Hipotesis | 101 |
| 4.7.1 | Pengaruh kesesuaian citra diri pada pengalaman merek daring | 101 |
| 4.7.2 | Pengaruh kesesuaian citra merek daring-luring pada pengalaman merek daring | 104 |
| 4.7.3 | Pengaruh kesesuaian nilai pada pengalaman merek daring..... | 106 |
| 4.7.4 | Pengaruh pengalaman merek daring pada niat pembelian kembali | 107 |
| 4.7.5 | Pengaruh pengalaman merek daring pada niat pembelian kembali dimediasi risiko persepsian | 109 |
| BAB 5 PENUTUP | | 113 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 113 |
| 5.2 | Implikasi Teoritis dan Praktis..... | 116 |
| 5.3 | Keterbatasan Penelitian dan Saran Bagi Penelitian Sebelumnya | 118 |
| DAFTAR PUSTIDAKA | | 121 |

DAFTAR GAMBAR



| | |
|-------------------------------------|-----|
| Gambar 2.1 Model Penelitian..... | 46 |
| Gambar 4.1 Hasil Uji Hipotesis..... | 100 |

DAFTAR TABEL



| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Hasil Survei Top Brand Pada Industri Body Mist (tahun 2016) | 7 |
| Tabel 2.1 Penerapan Teori Kesesuaian..... | 22 |
| Tabel 2.2 kategori Citra Diri..... | 24 |
| Tabel 2.3 Jenis-jenis Risiko Persepsian..... | 34 |
| Tabel 3.1 Skala- <i>Likert</i> Lima Poin | 52 |
| Table 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel | 53 |
| Tabel 3.3 Indeks Goodness of Fit..... | 61 |
| Tabel 3.4 Uji Pendahuluan Validitas dan Reliabilitas..... | 65 |
| Tabel 4.1 Hasil Penyebaran Kuesioner Daring | 68 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Jenis Kelamin | 69 |
| Tabel 4.3 Profil Usia Responden..... | 69 |
| Tabel 4.4 Profil Pendidikan Terakhir Responden | 71 |
| Tabel 4.5 Profil Pengeluaran Pembelian Responden..... | 72 |
| Tabel 4.6 Profil Tempat Tinggal Responden..... | 73 |
| Tabel 4.7 Profil Pekerjaan Responden | 74 |
| Tabel 4.8 Profil Responden Pembelian Produk..... | 75 |
| Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Data Responden | 77 |
| Tabel 4.10 Hasil KMO dan Bartlett's Test..... | 81 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas | 82 |
| Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Diskriminan | 84 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas | 86 |
| Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas Data | 89 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Penyimpangan Data | 91 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Kesesuaian Model..... | 93 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis | 96 |



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian | 130 |
| Lampiran 2 Distribusi Item Uji Pendahuluan..... | 136 |
| Lampiran 3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas Uji Pendahuluan..... | 138 |
| Lampiran 4 Data Responden dan Distribusi Item | 140 |
| Lampiran 5 Hasil Pengumpulan Data Dan Profil Responden | 149 |
| Lampiran 6 Statistik Deskriptif Data Penelitian..... | 153 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Validitas..... | 155 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas..... | 157 |
| Lampiran 9 Pemenuhan Asumsi Dasar SEM | 161 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Kesesuaian Model | 163 |
| Lampiran 11 Hasil Uji Hipotesis | 164 |
| Lampiran 12 Hasil Uji Mediasi | 165 |
| Lampiran 13 Gambar Pemodelan SEM..... | 167 |