

## DAFTAR ISI

|                                                  |      |
|--------------------------------------------------|------|
| LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI..... | i    |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....                   | ii   |
| LEMBAR ORISINALITAS.....                         | iii  |
| KATA PENGANTAR .....                             | iv   |
| ABSTRACT.....                                    | vi   |
| DAFTAR ISI .....                                 | viii |
| DAFTAR GAMBAR.....                               | xii  |
| DAFTAR TABEL.....                                | xiii |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                             | xiv  |
| BAB 1.....                                       | 1    |
| PENDAHULUAN .....                                | 1    |
| 1.1. Latar Belakang Masalah.....                 | 1    |
| 1.2. Rumusan Masalah.....                        | 9    |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                      | 9    |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                     | 10   |
| 1.4.1. Manfaat Teoritis.....                     | 10   |
| 1.4.2. Manfaat Praktis.....                      | 10   |
| BAB II.....                                      | 12   |
| TINJAUAN PUSTAKA.....                            | 12   |
| 2.1. Kajian Teori.....                           | 12   |
| 2.1.1. <i>Grand Theory</i> .....                 | 12   |
| 2.1.2. Teori Per Variabel .....                  | 13   |
| 2.1.2.1. Minat Pembelian Ulang.....              | 13   |
| 2.1.2.2. Kualitas Produk .....                   | 16   |

|                          |                                                                                       |           |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.2.3.                 | <i>Word Of Mouth</i> (WOM) .....                                                      | 18        |
| 2.1.2.4.                 | Kepercayaan .....                                                                     | 20        |
| 2.2.                     | Penelitian Terdahulu .....                                                            | 23        |
| 2.3.                     | Kerangka Berpikir .....                                                               | 34        |
| 2.4.                     | Pengembangan Hipotesis Penelitian.....                                                | 34        |
| 2.4.1.                   | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepercayaan.....                                    | 34        |
| 2.4.2.                   | Pengaruh <i>Word of Mouth</i> terhadap Kepercayaan.....                               | 35        |
| 2.4.3.                   | Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Pembelian Ulang .....                             | 35        |
| 2.4.4.                   | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang .....                         | 36        |
| 2.4.5.                   | Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Pembelian Ulang .....                    | 37        |
| 2.4.6.                   | Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepercayaan.....      | 38        |
| 2.4.7.                   | Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepercayaan..... | 38        |
| <b>BAB III</b>           | .....                                                                                 | <b>40</b> |
| <b>METODE PENELITIAN</b> | .....                                                                                 | <b>40</b> |
| 3.1                      | Jenis Penelitian .....                                                                | 40        |
| 3.2                      | Objek Penelitian .....                                                                | 40        |
| 3.3                      | Populasi dan Sampel.....                                                              | 41        |
| 3.3.1                    | Populasi .....                                                                        | 41        |
| 3.3.2                    | Sampel .....                                                                          | 41        |
| 3.4                      | Teknik Sampling.....                                                                  | 42        |
| 3.5                      | Teknik Pengumpulan Data.....                                                          | 43        |
| 3.6                      | Definisi Operasional .....                                                            | 44        |
| 3.6.1.                   | Variabel Independen .....                                                             | 44        |
| 3.6.2.                   | Variabel Dependen.....                                                                | 46        |

|                                                                      |           |
|----------------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.6.3. Variabel Mediasi.....                                         | 47        |
| 3.7 Teknik Analisis Data.....                                        | 47        |
| 3.7.1. Analisis Deskriptif.....                                      | 48        |
| 3.7.2. Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....       | 48        |
| 3.7.3. Uji Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ) .....             | 50        |
| 3.8 Pengujian Hipotesis .....                                        | 51        |
| <b>BAB 4.....</b>                                                    | <b>52</b> |
| <b>HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN.....</b>                            | <b>52</b> |
| 4.1. Hasil Analisis Data .....                                       | 52        |
| 4.1.1. Karakteristik Responden.....                                  | 52        |
| 4.2. Analisis Statistik Deskriptif.....                              | 58        |
| 4.2.1. Variabel Kualitas Produk.....                                 | 58        |
| 4.2.2. Variabel <i>Word Of Mouth</i> .....                           | 58        |
| 4.2.3. Variabel Kepercayaan.....                                     | 59        |
| 4.2.4. Variabel Minat Pembelian Ulang.....                           | 60        |
| 4.3. Uji Pilot.....                                                  | 61        |
| 4.3.1. Uji Validitas .....                                           | 61        |
| 4.3.2. Uji Reliabilitas.....                                         | 62        |
| 4.4. Analisis <i>Outer Loading</i> ( <i>Measurement Model</i> )..... | 63        |
| 4.4.1. Validitas Konvergen.....                                      | 63        |
| 4.4.2. Validitas Diskriminan .....                                   | 65        |
| 4.4.3. Uji Reliabilitas.....                                         | 66        |
| 4.5. Analisis <i>Inner Model</i> ( <i>Structural Model</i> ) .....   | 67        |
| 4.5.1. Uji <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....                           | 67        |
| 4.5.2. Uji <i>F-Square</i> ( $F^2$ ) .....                           | 68        |
| 4.5.3. Uji <i>Q-Square</i> ( $Q^2$ ).....                            | 69        |

|                       |                                                                                       |           |
|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.6.                  | Uji Hipotesis .....                                                                   | 70        |
| 4.7.                  | Pembahasan Hipotesis .....                                                            | 74        |
| 4.7.1.                | Pengaruh Kepercayaan Terhadap Minat Pembelian Ulang .....                             | 74        |
| 4.7.2.                | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan.....                                    | 75        |
| 4.7.3.                | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang .....                         | 76        |
| 4.7.4.                | Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Kepercayaan.....                               | 77        |
| 4.7.5.                | Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Pembelian Ulang .....                    | 78        |
| 4.7.6.                | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan.....      | 80        |
| 4.7.7.                | Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap Minat Pembelian Ulang Melalui Kepercayaan..... | 81        |
| 4.8.                  | Implikasi .....                                                                       | 82        |
| 4.8.1.                | Implikasi Teoritis .....                                                              | 82        |
| 4.8.2.                | Implikasi Praktis.....                                                                | 83        |
| <b>BAB V</b>          | .....                                                                                 | <b>85</b> |
| <b>PENUTUPAN</b>      | .....                                                                                 | <b>85</b> |
| 5.1.                  | Kesimpulan.....                                                                       | 85        |
| 5.2.                  | Saran .....                                                                           | 85        |
| 5.2.1.                | Saran untuk Perusahaan.....                                                           | 85        |
| 5.2.2.                | Saran untuk Peneliti Selanjutnya.....                                                 | 86        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b> | .....                                                                                 | <b>87</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>       | .....                                                                                 | <b>92</b> |