

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ivi
LEMBAR ORISINALITAS	ivi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Teori Pendukung	15
2.1.1 Pembelian Ulang Konsumen (<i>Consumer Repeat Purchase</i>)	15
2.1.2 Loyalitas Merek (<i>Brand loyalty</i>).....	18
2.1.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	22
2.1.4 Kualitas Produk (<i>Product Quality</i>).....	25
2.1 Kerangka Teori dan Hipotesis	28
2.2.1 Kerangka Teori	28
2.2.2 Kerangka Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	37
3.1.1 Waktu Penelitian.....	37
3.1.2 Tempat Penelitian	37

3.2 Desain Penelitian	38
3.3 Populasi dan Sampel	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel	39
3.4 Pengembangan Instrumen	40
3.4.1 Variabel Penelitian.....	40
3.4.2 Definisi Operasional dan Konseptual	40
3.4.3 Skala Pengukuran	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	45
3.6 Teknik Analisis Data	46
3.6.1 Analisis Deskriptif	47
3.6.2 Uji Validitas	47
3.6.3 Uji Reliabilitas	49
3.6.4 Uji Kesesuaian Model.....	50
3.7 Uji Hipotesis.....	53
3.8 Model SEM	54
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Deskripsi Data	55
4.2 Teknik Analisis Data.....	56
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	56
4.2.2 Uji Validitas.....	60
4.2.3 Uji Reliabilitas	65
4.2.4 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	65
4.2.5 Uji Kesesuaian Model	71
4.3 Uji Hipotesis.....	74
4.3.1 Berdasarkan <i>Fit Model</i>	74
4.3.3 Pembahasan Hipotesis	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan.....	82
5.2 Implikasi	84

5.3 Keterbatasan Penelitian	85
5.4 Saran Penelitian	85
5.4.1 Saran Praktis	85
5.4.2 Saran Teoritis	87
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN – LAMPIRAN	93



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Transaksi Online di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Toko Uniqlo	2
Gambar 1. 3 <i>Worldwide Apparel Manufacturer and Retailer: Ranked by Market Capitalization</i>	3
Gambar 1. 4 <i>The Environmental Impact of Fast Fashion</i>	5
Gambar 1. 5 Buruh Uniqlo Saat Melakukan Protes.....	6
Gambar 1. 6 Ulasan Negatif Pembeli Uniqlo.....	8
Gambar 2. 1 Model Penelitian	35
Gambar 3. 1 Model SEM Diolah dengan AMOS	54
Gambar 4. 1 Hasil Awal Uji CFA (Brand Image)	66
Gambar 4. 2 Hasil Perbaikan Uji CFA (Brand Image).....	67
Gambar 4. 3 Hasil Awal Uji CFA (Product Quality).....	68
Gambar 4. 4 Hasil Awal Uji CFA (Brand Loyalty).....	69
Gambar 4. 5 Hasil Awal Uji CFA (Repeat Purchase).....	70
Gambar 4. 6 Hasil Perbaikan Uji CFA (Repeat Purchase)	71
Gambar 4. 7 Full Model SEM.....	72
Gambar 4. 8 Fit Model SEM.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Loyalitas Merek	41
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Keputusan Pembelian Ulang.....	41
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Citra Merek	42
Tabel 3. 4 Definisi Operasional Kualitas Produk.....	42
Tabel 3. 5 Likert-type.....	45
Tabel 3. 6 <i>Goodness of Fit Indices</i>	53
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4. 4 Tabel Analisis Deskriptif <i>Brand Image</i>	57
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif <i>Product Quality</i>	58
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif <i>Brand Loyalty</i>	59
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif <i>Repeat Purchase</i>	60
Tabel 4. 8 Hasil Uji KMO (<i>Brand Image</i>).....	61
Tabel 4. 9 Exploratory Factor Analysis (<i>Brand Image</i>).....	61
Tabel 4. 10 Hasil Uji KMO (<i>Product Quality</i>).....	62
Tabel 4. 11 Exploratory Factor Analysis (<i>Product Quality</i>).....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji KMO (<i>Brand Loyalty</i>)	63
Tabel 4. 13 Exploratory Factor Analysis (<i>Brand Loyalty</i>).....	63
Tabel 4. 14 Hasil Uji KMO (<i>Repeat Purchase</i>).....	64
Tabel 4. 15 Exploratory Factor Analysis (<i>Repeat Purchase</i>)	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 17 Hasil Awal Uji CFA (<i>Brand Image</i>).....	66
Tabel 4. 18 Hasil Perbaikan Uji CFA (<i>Brand Image</i>).....	67
Tabel 4. 19 Hasil Awal Uji CFA (<i>Product Quality</i>)	68
Tabel 4. 20 Hasil Awal Uji CFA (<i>Brand Loyalty</i>).....	69
Tabel 4. 21 Hasil Awal Uji CFA (<i>Repeat Purchase</i>).....	70
Tabel 4. 22 Hasil Perbaikan Uji CFA (<i>Repeat Purchase</i>)	71
Tabel 4. 23 Hasil Uji Full Model SEM.....	72
Tabel 4. 24 Hasil Uji Fit Model SEM.....	73
Tabel 4. 25 Hasil Estimasi Model.....	74
Tabel 4. 26 Hasil Uji Hipotesis Langsung	76
Tabel 4. 27 Hasil Uji Hipotesis Tidak Langsung	77

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	93
Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	93
Lampiran 2: Output Responden.....	99
Lampiran 3: Hasil Analisis Data	113
Lampiran 4: Riwayat Hidup Penulis.....	1131

