

## DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Pertanyaan Penelitian .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
2.1. Teori Pendukung .....	11
2.1.1 Loyalitas pelanggan .....	11
2.1.2 <i>Brand ambassador</i> .....	13
2.1.3 Kepuasan pelanggan.....	14
2.1.4 Niat beli ulang .....	16
2.2. Hasil Penelitian yang Relevan.....	17
2.3. Kerangka Teori.....	30
2.3.1 <i>Brand ambassador</i> dan kepuasan pelanggan .....	30
2.3.2 <i>Brand ambassador</i> dan niat beli ulang.....	31
2.3.3 <i>Brand ambassador</i> dan loyalitas pelanggan .....	31
2.3.4 Kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.....	32
2.3.5 Loyalitas pelanggan dan niat beli ulang.....	32
2.3.6 Kepuasan pelanggan dan niat beli ulang.....	33
2.4. Hipotesis.....	33
BAB III .....	36
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....	36
3.1.1 Tempat.....	36
3.1.2 Waktu .....	36
3.2. Desain Penelitian .....	36
3.3. Populasi dan Sampel .....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	37

3.4.	Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.5.	Pengembangan Instrumen .....	38
3.5.1	<i>Brand ambassador</i> .....	38
3.5.2	Kepuasan pelanggan.....	40
3.5.3	Niat beli ulang .....	42
3.5.4	Loyalitas pelanggan .....	43
3.6.	Skala Pengukuran .....	44
3.7.	Teknik Analisis Data .....	45
3.8.	Uji Instrumen ( <i>Pilot Test</i> ).....	46
3.9.	Uji Validitas .....	46
3.10.	Uji Reliabilitas .....	46
3.11.	Pengujian Hipotesis .....	47
BAB IV	.....	52
4.1.	Deskripsi Data .....	52
4.2.	Hasil Analisis Data.....	65
4.2.1	<i>Exploratory Factor Analysis (EFA)</i> .....	65
4.2.2	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	72
4.2.3	Full Model.....	77
4.2.4	Fit Model.....	78
4.2.5	Pengujian Hipotesis.....	81
4.1	Pembahasan.....	83
BAB V	.....	90
5.1.	Kesimpulan.....	90
5.2.	Implikasi .....	91
5.2.1	Implikasi Teoritis .....	91
5.1.1	Implikasi Manajerial .....	91
5.3.	Keterbatasan dan Rekomendasi.....	93
DAFTAR PUSTAKA	.....	95
<b>CMIN</b>	.....	109
<b>RMR, GFI</b>	.....	109
<b>Baseline Comparisons</b>	.....	110
<b>RMSEA</b>	.....	110
RIWAYAT HIDUP	.....	111

## DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 1 DATA PERSAINGAN MARKETPLACE DI INDONESIA KUARTAL II 2021 .....	1
GAMBAR 2. 1 KERANGKA TEORITIK .....	33
GAMBAR 4. 1 Model First Order Construct Variabel Brand Ambassador.....	73
GAMBAR 4. 2 FIRST ORDER CONSTRUCT VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN .....	74
GAMBAR 4. 3 MODEL FIRST ORDER CONSTRUCT VARIABEL NIAT BELI ULANG.....	75
GAMBAR 4. 4 FIRST ORDER CONSTRUCT VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN .....	76
GAMBAR 4. 5 FULL MODEL SEM.....	77
GAMBAR 4. 6 FIT MODEL SEM.....	78

## DAFTAR TABEL

TABEL 2. 1 TABEL HIPOTESIS .....	34
TABEL 3. 1 OPERASIONALISASI VARIABEL BRAND AMBASSADOR .....	38
TABEL 3. 2 OPERASIONALISASI VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN .....	40
TABEL 3. 3 OPERASIONALISASI VARIABEL PURCHASE INTENTION.....	42
TABEL 3. 4 OPERASIONALISASI VARIABEL PELANGGAN LOYALTY .....	44
TABEL 3. 5 PENGUKURAN SKALA LIKERT GENAP .....	45
TABEL 3. 6 GOODNESS OF FIT INDICES.....	50
TABEL 4. 1 USIA RESPONDEN.....	53
TABEL 4. 2 GENDER RESPONDEN .....	53
TABEL 4. 3 DOMISILI RESPONDEN .....	53
TABEL 4. 4 PENDIDIKAN RESPONDEN.....	54
TABEL 4. 5 STATUS PEKERJAAN RESPONDEN .....	54
TABEL 4. 6 STATUS PERNIKAHAN RESPONDEN .....	54
TABEL 4. 7 DATA KUANTITATIF BRAND AMBASSADOR .....	55
TABEL 4. 8 DATA KUANTITATIF KEPUASAN PELANGGAN .....	58
TABEL 4. 9 DATA KUANTITATIF NIAT BELI ULANG.....	61
TABEL 4. 10 DATA KUANTITATIF LOYALITAS PELANGGAN .....	63
TABEL 4. 11 HASIL EFA BRAND AMBASSADOR.....	65
TABEL 4. 12 EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS VARIABEL BRAND AMBASSADOR .....	66
TABEL 4. 13 UJI EFA KEPUASAN PELANGGAN.....	67
TABEL 4. 14 EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN .....	68
TABEL 4. 15 UJI EFA NIAT BELI ULANG .....	69
TABEL 4. 16 EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS VARIABEL NIAT BELI ULANG.....	69
TABEL 4. 17 UJI EFA LOYALITAS PELANGGAN.....	71
TABEL 4. 18 EXPLORATORY FACTOR ANALYSIS VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN .....	71
TABEL 4. 19 HASIL UJI RELIABILITAS .....	72
TABEL 4. 20 FIRST ORDER CONSTRUCT VARIABEL BRAND AMBASSADOR.	74
TABEL 4. 21 FIRST ORDER CONSTRUCT VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN .....	74
TABEL 4. 22 FIRST ORDER CONSTRUCT VARIABEL NIAT BELI ULANG .....	75
TABEL 4. 23 FIRST ORDER CONSTRUCT VARIABEL LOYALITAS PELANGGAN .....	76
TABEL 4. 24 FULL MODEL SEM .....	77
TABEL 4. 25 FIT MODEL SEM .....	79
TABEL 4. 26 INDIKATOR PADA FIT MODEL .....	80
TABEL 4. 27 RINGKASAN UJI HIPOTESIS .....	81
TABEL 4. 28 STANDARDIZED TOTAL EFFECT .....	82