

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xI
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
BAB II KAJIAN TEORITIK	16
2.1 Kajian Pustaka	16
2.1.1 <i>Celebrity Endorser</i>	16
2.1.2 <i>Product Quality</i>	19
2.1.3 <i>Perceived Value</i>	12
2.1.4 <i>Repurchase Intention</i>	22
2.2 <i>Review</i> Penelitian Relevan	24
2.3 Kerangka Pemikiran	44
2.4 Perumusan Hipotesis	46
BAB III METODE PENELITIAN	48
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	48
3.2 Metode Penelitian	48
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel	49
3.3.1 Populasi.....	49
3.3.1 Sampel.....	51
3.4 Metode Pengumpulan Data	45

3.5	Operasionalisasi Variabel	55
3.5.1	Variabel Independen	55
3.5.2	Variabel Dependen	58
3.5.3	Variabel <i>Intervening</i>	60
3.6	Skala Pengukuran	62
3.7	Teknik Analisis Data	63
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	63
3.7.2	Analisis Deskriptif	63
3.7.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	65
3.7.4	Kesesuaian Model	65
3.7.5	Uji Hipotesis	68
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		70
4.1	Deskripsi Data	75
4.2	Hasil Analisis Data	72
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	72
4.2.2	Analisis Deskriptif	75
4.2.3	Confirmatory Factor Analysis	82
4.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Implikasi	102
5.3	Saran	102
5.3.1	Saran Praktis	102
5.3.2	Saran Teoritis	103
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN - LAMPIRAN		108
RIWAYAT HIDUP PENULIS		118

DAFTAR TABEL

Tabel II.1 <i>Review</i> Penelitian yang Relevan	42
Tabel III.1 Hasil Prariset mahasiswa Fakultas Universitas Negeri Jakarta yang pernah membeli <i>Korean Beauty Product</i>	50
Table III.2 Jumlah mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta semester 2017/2018	50
Tabel III.3 Jumlah Responden Penelitian Terdahulu.....	52
Table III.4 Operasional Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	56
Tabel III.5 Operasional Variabel <i>Product Quality</i>	57
Tabel III.6 Operasional Variabel <i>Repurchase Intention</i>	59
Tabel III.7 Operasional Variabel <i>Perceived value</i>	61
Tabel III.8 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	62
Tabel III.9 <i>Goodness of Fit Indices</i>	68
Tabel IV.1 Jenis Kelamin dan Usia Responden.....	70
Tabel IV.2 Jenis Kelamin dan Prodi Responden	71
Tabel IV.3 Jenis Kelamin dan Pengeluaran Pribadi dalam 1 Bulan	72
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas	73
Tabel IV.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	74
Tabel IV.6 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser (X1)</i>	76
Tabel IV.7 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Quality (X2)</i>	77
Tabel IV.8 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention (Z)</i>	79
Tabel IV.9 Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Perceived Value (Y)</i>	80

Tabel IV.10 Second Order Construct Variabel Celebrity Endorser.....	82
Tabel IV.11 Second Order Construct Variabel Product Quality.....	84
Tabel IV.12 Second Order Construct Variabel Repurchase Intention.....	85
Tabel IV.13 Second Order Construct Variabel Perceived Value.....	87
Tabel IV.14 Full Fit Model Goodness of Fit Indices	89
Tabel IV.15 Indikator Fit Model.....	90
Tabel IV.16 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	92
Tabel IV.17 Model Persamaan Struktural.....	94
Tabel V.1 Hasil Pengujian Hipotesis	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Data Statistik Ekspor Kosmetik Korea	4
Gambar I.2 Pertumbuhan Industri Kosmetik Korea	5
Gambar I.3 Kerangka Pemikiran	12
Gambar II.1 Model Penelitian.....	46
Gambar III.1 Diagram Konseptual Full Model.....	69
Gambar IV.1 Model Second Order Construct Variabel Celebrity Endorser	83
Gambar IV.2 Model Second Order Construct Variabel Product Quality	84
Gambar IV.3 Model Second Order Construct Variabel Repurchase Intention.....	86
Gambar IV.4 Model Second Order Construct Variabel Repurchase Intention.....	87
Gambar IV.5 Fit Model SEM	88
Gambar IV.6 T-Values SEM	94

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	109
Lampiran 2. Foto Celebrity Endorser untuk Produk Kecantikan Korea sampai tahun 2018.....	117
Lampiran 3. Form Konsultasi Bab 1-3	118
Lampiran 4. Form Revisi Pasca SUP.....	119
Lampiran 5. Form Konsultasi Bab 4-5	120
Lampiran 6. Form Revisi Pasca Sidang Skripsi.....	121