

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORETIK	14
2.1. Kajian Pustaka	14
2.1.1. <i>Repurchase intention</i> (Niat beli ulang)	14
2.1.2. <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan)	16
2.1.3. <i>Brand Image</i> (Citra Merek)	18
2.1.4. <i>Product Quality</i> (Kualitas Produk)	20
2.1.5. <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan)	22
2.2. Review Penelitian Terdahulu	23
2.3. Kerangka Teoretik	38
2.4. Perumusan Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
3.1. Waktu, Objek dan Tempat Penelitian	43
3.2. Metode Penelitian	43
3.3. Metode Penentuan Populasi dan Sampel	44
3.3.1. Populasi	44
3.3.2 Sampel	44
3.4. Metode Pengumpulan Data	46
3.5. Operasional Variabel Penelitian	48
3.5.1 Variabel Dependen	48

3.5.2 Variabel Independen.....	48
3.5.3 Variabel Intervening.....	49
3.6. Skala Pengukuran.....	51
3.7 Teknik Analisis Data.....	51
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	52
3.7.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	52
3.7.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	54
3.7.4. Kesesuaian Model.....	54
3.7.5 Uji Hipotesis.....	56
3.7.6 Model SEM	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Deskripsi Data	58
4.2 Hasil Analisis Data	62
4.2.1 Uji Validitas dan Reabilitas.....	62
4.2.2 Analisis Deskriptif.....	64
4.2.3 <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	71
4.2.4 Full Model.....	83
4.2.5 Fit Model SEM	85
4.3 Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	88
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Implikasi dan saran	97
5.2.1 Implikasi	97
5.2.2 Saran Praktis	98
5.2.3 Saran Teoritis	101
DAFTAR PUSTAKA.....	103
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
I.1	Lokasi <i>Outlet</i> Miniso Jakarta	5
II.1	<i>Review</i> Penelitian Terdahulu	37
III.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	47
III.2	Operasionalisasi Variabel	49
III.3	Pengukuran Skala Likert	51
III.4	<i>Goodness of Fit Indices</i>	56
IV.1	Jenis Kelamin dan Usia	58
IV.2	Pendidikan Terakhir dan Status Pekerjaan	59
IV.3	Jenis Kelamin dan Pengeluaran Per Bulan	60
IV.4	Tabel Data Kuesioner Store Miniso	61
IV.5	Hasil Uji Validitas	62
IV.6	Hasil Uji Reabilitas	64
IV.7	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	65
IV.8	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	66
IV.9	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Service Quality</i>	67
IV.10	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	69
IV.11	Nilai Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	70
IV.12	Hasil Awal <i>First Order Brand Image</i>	72
IV.13	Hasil Akhir <i>Firs Order Brand Image</i>	73
IV.14	Hasil <i>First Order Product Quality</i>	75
IV.15	Hasil Awal <i>First Order Service Quality</i>	76
IV.16	Hasil Akhir <i>First Order Service Quality</i>	78
IV.17	Hasil <i>First Order Customer Satisfaction</i>	79
IV.18	Hasil <i>First Order Repurchase Intention</i>	81
IV.19	<i>Full Model Godness of Fit Indices</i>	84
IV.20	<i>Fit Model Godness of Indices</i>	86
IV.21	Indikator <i>Fit Model</i>	86
IV.22	Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	88
IV.23	Model Persamaan Struktural	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
I.1	Grafik Penjualan Ritel di Indonesia	2
I.2	Ulasan Pengunjung <i>Outlet</i> Miniso Jakarta	7
II.1	Kerangka Teoritik Penelitian	41
III.1	Diagram <i>Conceptual Full Model</i>	57
IV.1	Model Awal <i>First Order Brand Image</i>	72
IV.2	Model Akhir <i>First Order Brand Image</i>	74
IV.3	Model <i>First Order Product Quality</i>	75
IV.4	Model Awal <i>First Order Service Quality</i>	77
IV.5	Model Akhir <i>First Order Service Quality</i>	78
IV.6	Model <i>First Order Customer Satisfaction</i>	80
IV.7	Model <i>First Order Repurchase Intention</i>	82
IV.8	Model <i>Full Model SEM</i>	83
IV.9	Model <i>Fit Model SEM</i>	85
V.10	Model <i>T-Values SEM</i>	89