

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3.1 Skala Pengukuran Variabel	42
Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian	45
Tabel 3.3 Tafsiran Nilai Rata-Rata.....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Responden	58
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	59
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	60
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Produk	61
Tabel 4.8 Tempat Pembelian Produk	62
Tabel 4.9 Informasi Mengenai Produk.....	63
Tabel 4.10 Alasan Membeli Produk.....	63
Tabel 4.11 Frekuensi Pembelian Produk dalam Kurun Waktu 1 Tahun Terakhir	64
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Percieved Usefulness</i>	66
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Percieved Enjoyment</i>	67
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Percieved Control</i>	68
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Online Customer Review</i> Secara Umum	69
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Product</i> <i>Effectiveness</i>	69
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Size</i>	70
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Scent</i>	71
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Price</i>	72
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Durability</i>	72
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Product</i> <i>Quality</i> Secara Umum	73
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Favorability</i> <i>of Brand Association</i>	74
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Strength</i> <i>of Brand Association</i>	74
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Uniqueness</i> <i>of Brand Association</i>	75
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> Secara Umum	76
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Minat Transaksional	76

Tabel 4.27 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Minat Eksploratif.....	77
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Minat Preferensial	78
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Minat Referensial	79
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Repurchase Intention</i> Secara Umum.....	80
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Kualitas Yang Dirasakan.....	80
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Nilai Yang Dirasakan	81
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Harapan Pelanggan .	82
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i> Secara Umum	83
Tabel 4.35 Nilai <i>Outer Loading (Measurement Model)</i>	84
Tabel 4.36 Nilai AVE (<i>Average Variance Extracted</i>)	85
Tabel 4.37 Nilai <i>Cross Loading</i>	86
Tabel 4.38 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4.39 Hasil Uji <i>R-Square</i>	90
Tabel 4.40 Hasil Uji <i>f-square</i>	91
Tabel 4.41 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	93
Tabel 4.42 Hasil Uji <i>Specific Indirect Effects</i>	95
Tabel 4.43 Hasil Pengujian Hipotesis	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Penjualan Produk Skincare di Indonesia	2
Gambar 1.2 Produk Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel	4
Gambar 1.3 Data Penjualan Top 10 Produk Sunscreen Lokal Terlaris 2022.....	5
Gambar 1.4 <i>Reward</i> yang di Raih oleh Azarine Cosmetic.....	6
Gambar 1.5 Top Brand Sunscreen Kulit Kering di Tokopedia dan Blibli	7
Gambar 1.6 Review Customer mengenai Produk Azarine Hydrasoothe Sunscreen Gel.....	8
Gambar 1.7 Logo Azarine Cosmetic	15
Gambar 1.8 Beranda Website Azarine Cosmetic	17
Gambar 1.9 Profil Akun Instagram Azarine Cosmetic	18
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	35
Gambar 4.1 Hasil Analisis Diagram Jalur Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	89
Gambar 4.2 Hasil Analisis Diagram Jalur Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	97
Gambar 4.3 Hasil Analisis Diagram Jalur Setelah Menggunakan Metode <i>Trimming</i>	98

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	119
Lampiran 2. Tarbulasi Kuesioner	127
Lampiran 3. Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	159
Lampiran 4. Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	162