

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Ulasan pelanggan dengan merek alternatif Wardah di X	12
Tabel 1. 2 Ulasan Pelanggan yang memboikot Maybelline di X	14
Tabel 1. 3 Data Penjualan Global L'Oréal 2022 & 2023	17
Tabel 1. 4 Data Pergerakan Penjualan Sebelum dan Sesudah Boikot	20
Tabel 1. 5 Faktor Kepercayaan terhadap Merek	22
Tabel 1. 6 Faktor Kualitas Produk	23
Tabel 1. 7 Faktor Kepercayaan Agama	24
Tabel 1. 8 Faktor Niat Pembelian Ulang	26
Tabel 1. 9 Faktor Sikap Konsumen	27
Tabel 1. 10 Faktor Loyalitas Konsumen	28
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 2. 2 Jurnal Nasional	48
Tabel 2. 3 Jurnal Internasional	53
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian	84
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	86
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran	88
Tabel 3. 4 Deskripsi parameter G-Power	93
Tabel 3. 5 Uji Validitas pada Variabel Kepercayaan	95
Tabel 3. 6 Uji Validitas pada Variabel Kualitas Produk	95
Tabel 3. 7 Uji Validitas pada Variabel Kepercayaan Agama	95
Tabel 3. 8 Uji Validitas pada Variabel Niat Pembelian Ulang	95
Tabel 3. 9 Uji Validitas pada Variabel Sikap Konsumen	95
Tabel 3. 10 Uji Validitas pada Loyalitas Konsumen	96
Tabel 3. 11 Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan	96
Tabel 3. 12 Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	96
Tabel 3. 13 Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Agama	97
Tabel 3. 14 Uji Reliabilitas Variabel Niat Pembelian Ulang	97
Tabel 3. 15 Uji Reliabilitas Variabel Sikap Konsumen	97
Tabel 3. 16 Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Konsumen	97
Tabel 3. 17 Uji Reliabilitas Seluruh Jumlah Variabel	97

Tabel 3. 18 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	98
Tabel 3. 19 Ambang Batas Evaluasi untuk Model Pengukuran.....	105
Tabel 3. 20 The Study Hypothesis	108
Tabel 4. 1 Jumlah Data Sebelum dan Sesudah Cleaning	113
Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	118
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinearitas.....	118
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Kepercayaan	121
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif Kualitas Produk.....	123
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Kepercayaan Agama.....	125
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Niat Pembelian Ulang	128
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif Sikap Konsumen	130
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Loyalitas Konsumen.....	132
Tabel 4. 10 Hasil Nilai Outer Loading	135
Tabel 4. 11 Hasil Nilai Average Variance Expected (AVE)	136
Tabel 4. 12 Hasil Discriminant Validity (Cross Loading Factor).....	137
Tabel 4. 13 Uji Reliabilitas.....	138
Tabel 4. 14 Hasil R-Square	139
Tabel 4. 15 Hasil F-Square.....	140
Tabel 4. 16 Hasil Q-Square	141
Tabel 4. 17 Hasil Uji Hipotesis (Direct Effect).....	152
Tabel 4. 18 Hasil Uji Hipotesis (Indirect Effect)	152