

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
INTISARI.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis.....	7
1.1.3 Tinjauan Konsumen	17
1.2 Rumusan Masalah	18
1.3 Pertanyaan Riset	20
1.4 Tujuan Riset	21
1.5 Lingkup Riset	22
BAB 2	23
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	23
2.1 Niat Pembelian Ulang	23
2.2 Getok Tular.....	24
2.3 Kunjungan Ulang Laman	25
2.4 Kepuasan Pelanggan	26
2.5 Kepercayaan Pelanggan.....	28
2.6 Kualitas Layanan Daring.....	29
2.7 Desain Laman.....	30
2.8 Layanan Pelanggan.....	31
2.9 Keamanan/Privasi.....	32
2.10 Layanan Transaksi Penjualan	33

2.11	Pengaruh Desain Laman pada Kualitas Layanan Daring	35
2.12	Pengaruh Layanan Pelanggan pada Kualitas Layanan Daring	37
2.13	Pengaruh Keamanan/Privasi pada Kualitas Layanan Daring	40
2.14	Pengaruh Layanan Transaksi Penjualan pada Kualitas Layanan Daring	42
2.15	Pengaruh Kualitas Layanan Daring pada Kepuasan Pelanggan	45
2.16	Pengaruh Kualitas Layanan Daring pada Kepercayaan Pelanggan	47
2.17	Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Niat Pembelian Ulang	50
2.18	Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Getok Tular	52
2.19	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan pada Niat Pembelian Ulang	54
2.20	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan pada Getok Tular	57
2.21	Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Kunjungan Ulang Laman	59
2.22	Model Riset	61
BAB 3	64
METODE RISET	64
3.1	Strategi Riset	64
3.2	Definisi Operasional dan Pengukuran	66
3.2.1	Desain Laman	66
3.2.2	Layanan Pelanggan	68
3.2.3	Keamanan/Privasi	69
3.2.4	Layanan Transaksi Penjualan	70
3.2.5	Kualitas Layanan Daring	71
3.2.6	Kepuasan Pelanggan	72
3.2.7	Kepercayaan Pelanggan	73
3.2.8	Niat Pembelian Ulang	73
3.2.9	Getok Tular	74
3.2.10	Kunjungan Ulang Laman	74
3.3	Desain Pengambilan Sampel	75
3.3.1	Metode Pengambilan sampel	75
3.3.2	Populasi dan Unit Sampel	76
3.3.3	Ukuran Sampel	77
3.3.4	Daerah Sebaran Kuesioner	78
3.4	Skema Penyebaran Kuesioner	78

3.5	Profil Responden	79
3.6	Objek Riset	83
3.6.1	Fitur Pada Shopee	84
3.7	Metode Pengumpulan Data	91
3.8	Instrumen Riset.....	92
3.9	Metode Analisis Data	93
3.9.1	Persamaan Dasar	94
3.9.2	Evaluasi Model.....	100
3.9.3	Uji Model Fit.....	104
3.9.4	Tingkat Signifikansi	106
3.9.5	Uji Hipotesis	106
BAB 4	108
ANALISIS DATA	108
4.1	Evaluasi Model Pengukuran.....	108
4.1.1	Uji validitas	108
4.1.2	Uji Reliabilitas	114
4.2	Kualitas Data Penelitian	115
4.2.1	Statistik Deskriptif	115
4.2.2	Matrik Korelasi	117
4.3	Evaluasi Model Struktural.....	119
4.3.1	Koefisien Determinasi (R^2)	119
4.3.2	Effect Size (f^2)	121
4.4	Uji Model Fit	123
4.5	Pengujian Hipotesis	124
4.5.1	Pengujian Hipotesis 1.....	126
4.5.2	Pengujian Hipotesis 2.....	130
4.5.3	Pengujian Hipotesis 3.....	134
4.5.4	Pengujian Hipotesis 4.....	137
4.5.5	Pengujian Hipotesis 5.....	141
4.5.6	Pengujian Hipotesis 6.....	144
4.5.7	Pengujian Hipotesis 7.....	147
4.5.8	Pengujian Hipotesis 8.....	151

4.5.9	Pengujian Hipotesis 9.....	154
4.5.10	Pengujian Hipotesis 10.....	157
4.5.11	Pengujian Hipotesis 11.....	161
4.6	Ringkasan Pengujian Hipotesis	164
BAB 5	168
KESIMPULAN	168
5.1	Kesimpulan.....	168
5.2	Implikasi Manajerial.....	175
5.3	Keterbatasan Riset	184
5.4	Arahan Riset Mendatang	185
DAFTAR PUSTAKA	186
LAMPIRAN	196