

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan	iii
Kata Pengantar.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT	xiii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	8
2.1. Tinjauan Pustaka	8
2.2. Landasan Teori.....	13
2.2.1. <i>E-Commerce</i>	13
2.2.2. Perilaku Konsumen	15
2.2.3. Keputusan Pembelian Kembali.....	17
2.2.4. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kembali.....	20
2.3. Kerangka Pemikiran.....	25
2.4. Hipotesis Penelitian	26
III. METODE PENELITIAN.....	28
3.1. Metode Dasar	28
3.2. Jenis dan Sumber Data	28
3.3. Metode Sampling.....	28
3.4. Metode Pengumpulan Data	29
3.5. Asumsi dan Batasan Masalah.....	30
3.6. Definisi Variabel.....	31

3.7.	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	31
3.8.	Metode Analisis	33
3.8.1.	Uji Validitas	34
3.8.2.	Uji Reliabilitas	34
3.8.3.	Uji t Sampel Berpasangan (<i>Paired Sample t Test</i>)	35
3.8.4.	Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>)	37
3.8.5.	Analisis Regresi Logistik Biner	38
3.8.6.	Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit Test</i>)	39
3.8.7.	Uji Multikolinearitas	40
3.8.8.	Uji Signifikansi Secara Simultan	41
3.8.9.	Uji Signifikansi Secara Parsial	42
3.8.10.	Rasio Peluang (<i>Odds Ratio</i>)	42
3.8.11.	Efek Marginal (<i>Marginal Effect</i>)	43
3.8.12.	Tabel Ketepatan Klasifikasi	43
IV.	GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN	45
4.1.	Keadaan Alam Kota Surabaya	45
4.2.	Struktur Demografi Wilayah	46
4.2.1.	Struktur Penduduk Berdasarkan Kelompok Usia	46
4.2.2.	Struktur Penduduk Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.2.3.	Struktur Penduduk Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir	48
4.3.	<i>E-commerce</i> di Kota Surabaya	48
V.	KARAKTERISTIK SAMPEL PENELITIAN	50
5.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	50
5.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
5.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	52
5.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	53
5.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pernikahan	53
5.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan <i>E-commerce</i>	54
VI.	HASIL DAN PEMBAHASAN	56
6.1.	Deskripsi Indikator Variabel dengan Skala Likert	56
6.2.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	60
6.3.	Uji t Sampel Berpasangan (<i>Paired Sample t Test</i>)	61
6.3.1.	Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	62

6.3.2. Uji Wilcoxon.....	63
6.4. Tabulasi Silang (<i>Crosstab</i>).....	64
6.4.1. Faktor Usia dengan Keputusan Pembelian Kembali	64
6.4.2. Faktor Pendidikan dengan Keputusan Pembelian Kembali.....	65
6.4.3. Faktor Pendapatan dengan Keputusan Pembelian Kembali	66
6.5. Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Kembali	67
6.5.1. Uji Kesesuaian Model (<i>Goodness of Fit Test</i>).....	68
6.5.2. Uji Multikolinearitas.....	69
6.5.3. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji G)	69
6.5.4. Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji Wald).....	69
6.5.5. Konstanta	70
6.5.6. Faktor Usia	70
6.5.7. Faktor Tingkat Pendidikan	70
6.5.8. Faktor Pendapatan	71
6.5.9. Faktor Produk.....	72
6.5.10. Faktor Potongan Harga	73
6.5.11. Faktor Promosi	73
6.5.12. Faktor Saluran Distribusi	74
6.5.13. Faktor Pandemi COVID-19.....	75
6.5.14. Tabel Ketepatan Klasifikasi	76
VII. KESIMPULAN DAN SARAN	78
7.1. Kesimpulan.....	78
7.2. Saran.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN	86