

Daftar Isi

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan.....	ii
Pernyataan Keaslian Karya Tulis.....	iii
Kata Pengantar.....	iv
Daftar Isi.....	vi
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar	x
Daftar Lampiran.....	xi
Intisari.....	xii
Abstract	xiii
 BAB I. PENDAHULUAN	 1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	16
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Lingkup Penelitian.....	17
 BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	 19
2.1 Teori Ekspektasi-Konfirmasi	19
2.2 Teori Utilitas Akuisisi-Transaksi.....	22
2.3 Fitur Penghargaan.....	25
2.4 Kompetensi.....	25
2.5 Persepsi Kesenangan.....	27
2.6 Sikap.....	28
2.7 Intensi Loyalitas.....	29
2.8 Perilaku Pembelian Kembali.....	30
2.9 Kerentanan Kupon.....	32
2.10 Kesadaran Nilai.....	33
2.11 Pengaruh Fitur Penghargaan terhadap Kompetensi	34
2.12 Pengaruh Kompetensi terhadap Persepsi Kesenangan	36
2.13 Pengaruh Kompetensi terhadap Sikap	39
2.14 Pengaruh Persepsi Kesenangan terhadap Sikap	41
2.15 Pengaruh Sikap terhadap Intensi Loyalitas	43
2.16 Pengaruh Intensi Loyalitas terhadap Perilaku Pembelian Kembali.....	45
2.17 Pengaruh Moderasi Kerentanan Kupon pada Hubungan antara Intensi Loyalitas terhadap Perilaku Pembelian Kembali.....	48
2.18 Pengaruh Moderasi dari Kesadaran Nilai pada Hubungan antara Intensi Loyalitas terhadap Perilaku Pembelian Kembali.....	50
2.19 Model Penelitian.....	53
 BAB III. METODE RISET	 59

3.1	Desain Penelitian	59
3.2	Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran	61
3.2.1	Fitur Penghargaan.....	61
3.2.2	Kompetensi.....	62
3.2.3	Persepsi menyenangkan.....	62
3.2.4	Sikap.....	62
3.2.5	Intensi loyalitas.....	63
3.2.6	Perilaku pembelian kembali	64
3.2.7	Kerentanan kupon.....	64
3.2.8	Kesadaran nilai	65
3.3	Desain Pengambilan Sampel.....	65
3.3.1	Metode Pengambilan Sampel	65
3.3.2	Populasi dan unit sampel	66
3.3.3	Ukuran sampel.....	67
3.4	Skema Penyebaran Kuesioner	69
3.5	Profil Responden	69
3.6	Obyek Riset.....	73
3.6.1	Profil Shopee	74
3.6.2	Profil Tokopedia.....	79
3.7	Metode Pengumpulan Data	83
3.8	Instrumen Penelitian.....	84
3.9	Metode Analisis Data.....	84
3.9.1	Evalusasi model pengukuran	84
3.9.2	Evaluasi model struktural	87
3.9.3	<i>Goodness of fit</i> atau <i>model fit</i>	87
3.9.4	Pengujian hubungan langsung	88
BAB IV.	ANALISIS DATA	93
4.1	Kualitas Data Penelitian	93
4.1.1	Statistik deskriptif.....	93
4.1.2	Matriks korelasi antar variabel	95
4.2	Evaluasi Model Pengukuran	96
4.2.1	Kriteria pertama: indikator pemuatan.....	97
4.2.2	Kriteria kedua: konsistensi reliabilitas internal	98
4.2.3	Kriteria ketiga: validitas konvergen	100
4.2.4	Kriteria keempat: validitas diskriminan	101
4.2.5	Hasil evaluasi model pengukuran.....	102
4.3	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	102
4.3.1	Kriteria pertama: R^2	102
4.3.2	Kriteria kedua: <i>f-square</i>	104
4.3.3	Kriteria ketiga: <i>Q-square</i>	107
4.3.4	Hasil evaluasi model struktural	108
4.4	Uji Kecocokan Model (<i>Goodness of Fit Model</i>)	108
4.5	Pengujian Hipotesis	110
4.5.1	Pengujian hipotesis pengaruh fitur penghargaan terhadap kompetensi..	112
4.5.2	Pengujian hipotesis pengaruh kompetensi terhadap persepsi kesenangan	
	115	

4.5.3	Pengujian hipotesis pengaruh kompetensi terhadap sikap	119
4.5.4	Pengujian hipotesis pengaruh persepsi kesenangan terhadap sikap	119
4.5.5	Pengujian hipotesis pengaruh sikap terhadap intensi loyalitas.....	126
4.5.6	Pengujian hipotesis pengaruh intensi loyalitas terhadap perilaku pembelian kembali	130
4.5.7	Pengujian hipotesis peran kerentanan kupon dalam memoderasi hubungan intensi loyalitas terhadap perilaku pembelian kembali	130
4.5.8	Pengujian hipotesis peran kesadaran nilai dalam memoderasi hubungan intensi loyalitas terhadap perilaku pembelian kembali	134
4.6	Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	141
BAB V. KESIMPULAN		150
5.1	Kesimpulan.....	150
5.2	Kontribusi Teoritis.....	155
5.3	Keterbatasan Riset	157
5.4	Arahan Riset Mendatang	158
DAFTAR PUSTAKA.....		161