

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	2
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	4
DAFTAR TABEL	7
DAFTAR GAMBAR	8
DAFTAR LAMPIRAN	9
ABSTRAK	10
BAB 1	11
1.1. Latar Belakang.....	11
1.2. Perumusan Masalah	17
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	28
1.4. Tujuan Penelitian.....	28
1.5. Lingkup Riset	29
BAB 2	30
2.1. Landasan Teori	30
2.2. Pengaruh Kegunaan yang Dipersepsikan Terhadap Keterikatan Pelanggan.	44
2.3. Pengaruh Kemudahan Penggunaan yang Dipersepsikan Terhadap Keterikatan Pelanggan.....	45
2.4. Pengaruh Sosial Terhadap Keterikatan Pelanggan.	47
2.5. Pengaruh Kesenangan Terhadap Keterikatan Pelanggan.....	48
2.6. Pengaruh Keterikatan Pelanggan Terhadap Nilai Belanja Daring	50
2.7. Pengaruh Nilai Belanja Daring Terhadap Niat Pembelian Ulang	52
2.8. Model Riset.....	53
BAB 3	59
3.1. Pendekatan Riset.....	59
3.2. Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	59
3.3. Desain Pengambilan Sampel.....	63
3.4. Skema penyebaran Kuesioner	64
3.5. Profil Responden.....	65

3.6. Objek Riset	67
3.7. Metode Pengumpulan Data.....	77
3.8. Instrumen Riset.....	78
3.9. Metode Analisis Data.....	78
<i>BAB 4</i>	<i>83</i>
4.1. Kualitas Data.....	83
4.2 Evaluasi Model Pengukuran (Outer Model)	85
4.3. Evaluasi Model Struktural.....	89
4.4 Model Fit.....	91
4.5 Pengujian Hipotesis	94
<i>BAB 5</i>	<i>118</i>
5.1. Kesimpulan.....	118
5.2. Implikasi Manajerial	120
5.3. Keterbatasan Riset.....	122
5.4. Arah Riset Mendatang	123
<i>DAFTAR PUSTAKA</i>	<i>124</i>