

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latarbelakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Lingkup Penelitian	10
1.5.1 Model Penelitian.....	10
1.5.2 Objek Penelitian.....	10
1.5.3 Lokasi Penelitian.....	10

1.5.4 Waktu Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.7 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	14
2.1 Niat Beli Ulang.....	14
2.2 Perilaku Beralih.....	15
2.3 Inersia Konsumen.....	16
2.4 Kepuasan Konsumen.....	17
2.5 Getok Tular.....	19
2.6 Daya Tarik Alternatif	20
2.7 Hubungan Inersia terhadap Niat Beli Ulang	21
2.8 Hubungan Kepuasan terhadap Niat Beli Ulang	22
2.9 Hubungan Moderasi Getok Tular terhadap Inersia dan Kepuasan Konsumen dalam Niat Beli Ulang	23
2.10 Hubungan Moderasi Daya Tarik Alternatif terhadap Inersia dan Kepuasan Konsumen dalam Niat Beli Ulang.....	24
2.11 Model Penelitian.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Strategi Penelitian.....	27
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	27
3.2.1 Niat Beli Ulang	28
3.2.2 Inersia Konsumen	29
3.2.3 Kepuasan Konsumen	30
3.2.4 Getok Tular	31
3.2.5 Daya Tarik Alternatif.....	32
3.3 Desain Pengambilan Sampel	33
3.3.1 Metode Pengambilan Sampel	33
3.3.2 Populasi dan Unit Sampel.....	33
3.3.3 Ukuran Sampel	34
3.3.4 Lokasi Penelitian.....	35
3.4 Objek Penelitian	35
3.5 Metode Pengumpulan Data	37
3.6 Instrumen Penelitian.....	38

3.7 Pengujian Instrumen	39
3.7.1 Uji Validitas	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	40
3.8 <i>Pre-test</i> Instrumen Penelitian	41
3.9 Metode Analisis Data	41
3.9.1 Pengembangan Formulasi.....	42
3.9.2 Uji Multikolinearitas	43
3.9.3 Uji <i>Goodness of Fit</i>	44
3.9.4 Pengujian Efek Moderasi.....	45
3.9.5 Pengujian Hipotesis	47
3.10 Hasil <i>Pre-test</i>	47
BAB IV ANALISIS DATA.....	50
4.1 Profil Responden	50
4.1.1 Situs Belanja Daring Indonesia yang Digunakan oleh Responden.....	51
4.2 Uji Validitas	53
4.3 Uji Reliabilitas.....	55
4.4 Uji Multikolinearitas	56
4.5 Statistik Deskriptif.....	56
4.6 Uji Hipotesis.....	59
4.6.1 Uji Hipotesis Pertama dan Kedua.....	59
4.6.2 Uji Pemoderasi.....	61
4.7 Pembahasan	64
4.7.1 Inersia secara positif mempengaruhi niat beli ulang konsumen	64
4.7.2 Kepuasan secara positif mempengaruhi niat beli ulang konsumen	65
4.7.3 Efek pemoderasi getok tular pada inersia konsumen dan kepuasan konsumen	66
4.7.4 Efek pemoderasi daya tarik alternatif pada inersia konsumen dan kepuasan konsumen	67
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Kesimpulan Penelitian.....	70
5.2 Saran	72
5.3 Keterbatasan Penelitian	74
5.4Arahan Penelitian Mendatang	74



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

**ANALISIS PENGARUH KEPUASAN DAN INERSIA TERHADAP NIAT BELI ULANG KONSUMEN PADA
SITUS BELANJA DARING**

DENGAN GETOK TULAR DAN DAYA TARIK ALTERNATIF SEBAGAI PEMODERASI

NADIA LATIFAH, Yulia Arisnani Widyarningsih, M.B.A., Ph.D

Universitas Gadjah Mada, 2018 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	80