

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Pertanyaan Penelitian	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13
1.5 Lingkup Penelitian	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Landasan Teori	15

2.1.1	Niat Pembelian Kembali (<i>Repurchase Intention</i>)	15
2.1.2	Sikap.....	15
2.1.3	Niat.....	16
2.1.4	Perilaku	16
2.1.5	Website.....	17
2.1.6	Kualitas Desain Situs (<i>Web Design Quality</i>)	17
2.1.7	Kualitas Layanan (<i>Service Quality</i>)	18
2.1.8	Kepercayaan (<i>Trust</i>).....	19
2.1.9	Kepuasan (<i>Satisfaction</i>)	19
2.2	Pengembangan Hipotesis	20
2.2.1	Kualitas Desain Situs Pada Kepercayaan dan Kepuasan	20
2.2.2	Kualitas Layanan Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan	21
2.2.3	Kepuasan Terhadap Kepercayaan	22
2.2.4	Kepuasan dan Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	22
2.2.5	Model Riset.....	23
BAB III METODE PENELITIAN.....		24
3.1	Strategi Penelitian.....	24
3.2	Metode Pengumpulan Data	25
3.3	Populasi dan Sampel	26
3.3.1	Populasi.....	26

3.3.2	Sampel dan Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.4	Ukuran Sampel.....	27
3.5	Definisi Operasional dan Pengukuran.....	28
3.5.1	Kualitas Desain Situs.....	28
3.5.2	Kualitas Layanan.....	29
3.5.3	Kepercayaan.....	30
3.5.4	Kepuasan.....	31
3.5.5	Niat Pembelian Ulang.....	32
3.6	Pengujian Instrumen.....	33
3.6.1	Uji Validitas.....	33
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	35
3.6.3	Pra-Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.7	Uji Hipotesis.....	37
3.8	Pengembangan Formulasi Dasar.....	38
3.9	Goodness of fit.....	39
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		40
4.1	Hasil Pengumpulan Data.....	40
4.2	Profil Responden.....	40
4.3	Karakteristik Responden.....	40
4.4	Statistik Deskriptif.....	42

4.5	Uji Korelasi	44
4.6	<i>Goodness of Fit Model</i>	45
4.6.1	Hipotesis 1.....	46
4.6.2	Hipotesis 2.....	47
4.6.3	Hipotesis 3.....	48
4.6.4	Hipotesis 4.....	50
4.6.5	Hipotesis 5.....	51
4.6.6	Hipotesis 6.....	52
4.6.7	Hipotesis 7.....	53
4.7	Hasil Uji Hipotesis	55
4.8	Pembahasan	58
4.8.1	Kualitas desain situs berpengaruh secara positif pada kepercayaan	58
4.8.2	Kualitas Desain Situs Berpengaruh secara positif pada kepuasan..	59
4.8.3	Kualitas layanan berpengaruh secara positif pada kepercayaan	60
4.8.4	Kualitas layanan berpengaruh secara positif pada kepuasan	61
4.8.5	Kepuasan berpengaruh secara positif pada kepercayaan	62
4.8.6	Kepuasan berpengaruh secara positif pada niat pembelian ulang...	63
4.8.7	Kepercayaan berpengaruh secara positif pada niat pembelian ulang	63
		63
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64

5.1	Simpulan.....	64
5.2	Implikasi Manajerial.....	66
5.3	Keterbatasan Penelitian	67
5.4	Arahan Penelitian Mendatang	67
	REFERENSI	69
	KUESIONER PENELITIAN.....	75
	LAMPIRAN.....	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rangkuman Survei Awal I.....	5
Tabel 1.2 Rangkuman Survei Awal II	6
Tabel 1.3 Rangkuman Survei Awal III	7
Tabel 1.4 Rangkuman Survei Awal IV	9
Tabel 3.1 Item pertanyaan Kualitas Desain Situs	28
Tabel 3.2 Item pertanyaan Kualitas Layanan.....	29
Tabel 3.3 Item pertanyaan Kepercayaan	31
Tabel 3.4 Item pertanyaan Kepuasan	32
Tabel 3.5 Item pertanyaan Niat Pembelian Ulang	32
Tabel 3.6 Hasil Uji KMO-MSA dan Uji Bartlett.....	34
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas.....	34
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	36
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	41
Tabel 4.2 Statistik Deskriptif	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Korelasi.....	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Regresi.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Tokopedia	5
Gambar 2.1 Model Riset	23
Gambar 4.1 Hasil Penelitian	57