



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.1.1 Latar Belakang Praktis	1
1.1.2 Latar Belakang Teoritis	5
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Riset	11
1.4 Tujuan Riset	13
1.5 Lingkup Riset	13
1.5.1 Model Riset	13
1.5.2 Objek Riset	13
1.5.3 Lokasi Riset.....	13
1.5.4 Waktu Riset	14
BAB II. LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Kepuasan Pelanggan	15
2.1.2 Ekspektasi yang Disesuaikan	16
2.1.3 Pengalaman Berbelanja Daring	17
2.1.4 Kebiasaan Berbelanja Daring.....	18
2.1.5 Niat Membeli Kembali secara Daring.....	18
2.2 Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Niat Membeli Kembali Secara Daring..	19
2.3 Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Ekspektasi yang Disesuaikan	20



2.3 Pengaruh Ekspektasi yang Disesuaikan pada Niat Membeli Kembali secara Daring.....	21
2.4 Pengaruh Pengalaman Berbelanja Daring pada Kepuasan Pelanggan.....	22
2.5 Pengaruh Pengalaman Berbelanja Daring secara Daring pada Ekspektasi yang Disesuaikan	23
2.6 Pengaruh Kebiasaan Berbelanja Daring pada Kepuasan Pelanggan.....	23
2.7 Pengaruh Kebiasaan Berbelanja Daring pada Ekspektasi yang Disesuaikan ..	24
2.8 Model Riset.....	24
BAB III. METODE Riset	28
3.1 Strategi Riset	28
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran.....	29
3.2.1 Kepuasan Pelanggan	29
3.2.2 Ekspektasi yang Disesuaikan	29
3.2.3 Pengalaman Berbelanja secara Daring.....	30
3.2.4 Kebiasaan Berbelanja secara Daring.....	31
3.2.5 Niat Membeli Kembali secara Daring.....	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.....	33
3.3.4 Lokasi Riset.....	34
3.4 Profil Responden.....	34
3.5 Obyek Riset.....	36
3.6 Metode Pengumpulan Data	37
3.7 Instrumen Riset	38
3.8 Pengujian Instrumen.....	39
3.8.1 Uji Validitas	39
3.8.2 Uji Reliabilitas	41
3.9 Analisis Data	42
3.9.1 Metode Analisis Data.....	42
3.9.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.9.3 Uji Goodness of Fit	45
3.9.4 Tingkat Signifikansi	45
3.9.5 Uji Hipotesis	45
BAB IV. ANALISIS DATA	47
4.1 Kualitas Riset	47
4.1.1 Uji Asumsi Klasik	47
4.1.2 Statistik Deskriptif	50
4.1.3 Korelasi Antar Variabel	50
4.2 Goodness of Fit Model.....	51
4.2.1 Hasil uji model I untuk model pengalaman berbelanja daring	51
4.2.2 Hasil uji model II untuk model pengalaman berbelanja daring	53
4.2.3 Hasil uji model III untuk model pengalaman berbelanja daring.....	55
4.2.4 Hasil uji model I untuk model kebiasaan berbelanja daring	57



4.2.5 Hasil uji model II untuk model kebiasaan berbelanja daring.....	58
4.2.6 Hasil uji model III untuk model kebiasaan berbelanja daring	60
4.3 Pengujian Hipotesis.....	62
4.3.1 Hipotesis Pertama.....	62
4.3.2 Hipotesis Kedua	64
4.3.3 Hipotesis Ketiga	66
4.3.4 Hipotesis Keempat	68
4.3.5 Hipotesis Kelima	69
4.3.6 Hipotesis Keenam	70
4.3.7 Hipotesis Ketujuh.....	71
4.4 Ringkasan Pengukuran.....	72
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1 Kesimpulan	76
5.2 Implikasi Manajerial	81
5.3 Keterbatasan Riset.....	87
5.4 Arah Riset Mendatang.....	87
REFERENSI.....	89
LAMPIRAN.....	95