



## 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.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
INTISARI.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang.....	1
1.1.1 Latar belakang praktis .....	1
1.1.2 Latar belakang teoritis .....	3
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Pertanyaan Riset.....	10
1.4 Tujuan Riset .....	11
1.5 Lingkup Riset.....	11
1.5.1 Model riset .....	11
1.5.2 Obyek riset .....	11
1.5.3 Daerah sebaran kuesioner.....	11
1.5.4 Waktu riset .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>13</b>
2.1 Variabel Profil Riset.....	13
2.1.1 Niat pembelian kembali daring.....	13
2.1.2 Nilai yang dirasakan.....	13
2.1.3 Kemudahan penggunaan .....	14



2.1.4 Kegunaan yang dirasakan.....	14
2.1.5 Reputasi perusahaan .....	15
2.1.6 Privasi .....	15
2.1.7 Kepercayaan.....	15
2.1.8 Reliabilitas .....	16
2.1.9 Fungsionalitas .....	17
2.2 Hubungan antara Nilai yang Dirasakan dan Niat Pembelian Kembali Daring.....	17
2.3 Hubungan antara Kemudahan Penggunaan dan Niat Pembelian Kembali Daring..	18
2.4 Hubungan antara Kegunaan yang Dirasakan dan Niat Pembelian Kembali Daring	19
2.5 Hubungan antara Reputasi Perusahaan dan Niat Pembelian Kembali Daring .....	20
2.6 Hubungan antara Privasi dan Niat Pembelian Kembali Daring .....	21
2.7 Hubungan antara Kepercayaan dan Niat Pembelian Kembali Daring .....	23
2.8 Hubungan antara Reliabilitas dan Niat Pembelian Kembali Daring .....	24
2.9 Hubungan antara Fungsionalitas dan Niat Pembelian Kembali Daring .....	25
2.10 Model Riset .....	27
<b>BAB III METODE Riset .....</b>	<b>28</b>
3.1 Strategi Riset .....	28
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran .....	28
3.2.1 Nilai yang dirasakan.....	28
3.2.2 Kemudahan penggunaan .....	29
3.2.3 Kegunaan yang dirasakan.....	29
3.2.4 Reputasi perusahaan .....	30
3.2.5 Privasi .....	31
3.2.6 Kepercayaan.....	31
3.2.7 Reliabilitas .....	32
3.2.8 Fungsionalitas .....	32
3.2.9 Niat pembelian kembali daring.....	33
3.2.10 Skala pengukuran .....	34
3.3 Desain Pengambilan Sampel .....	34
3.3.1 Metode pengambilan sampel.....	34
3.3.2 Populasi dan unit sampel .....	34
3.3.3 Ukuran sampel .....	35
3.3.4 Daerah sebaran kuesioner.....	36



3.4 Profil Responden.....	37
3.5 Obyek Riset.....	40
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	40
3.7 Instrumen Riset .....	41
3.8 Pengujian Instrumen.....	41
3.8.1 Uji validitas .....	41
3.8.2 Uji reliabilitas.....	45
3.9 Metode Analisis Data .....	47
3.9.1 Metode analisis.....	47
3.9.2 Uji asumsi klasik .....	47
3.9.2.1 Uji normalitas .....	48
3.9.2.2 Uji multikolinearitas.....	48
3.9.3 Pengembangan formulasi dasar .....	48
3.9.4 Uji ketepatan model .....	49
3.9.5 Tingkat signifikansi .....	49
3.9.6 Prosedur pengujian hipotesis .....	50
<b>BAB IV ANALISIS DATA.....</b>	<b>51</b>
4.1. Kualitas Data Penelitian .....	51
4.1.1 Uji asumsi klasik .....	51
4.1.1.1 Uji normalitas .....	51
4.1.1.2 Uji multikolinearitas.....	53
4.1.2 Statistik deskriptif .....	54
4.1.3 Korelasi antarvariabel.....	55
4.2 Uji Ketepatan Model .....	56
4.2.1.1 Adjusted $R^2$ .....	57
4.2.1.3 Uji t .....	58
4.3 Pengujian Hipotesis.....	60
4.3.1 Hipotesis pertama.....	61
4.3.2 Hipotesis kedua .....	62
4.3.3 Hipotesis ketiga.....	63
4.3.4 Hipotesis keempat .....	64
4.3.5 Hipotesis kelima.....	64
4.3.6 Hipotesis keenam .....	65



4.3.7 Hipotesis ketujuh.....	66
4.3.8 Hipotesis kedelapan.....	67
4.4 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	67
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Implikasi Manajerial .....	74
5.3 Keterbatasan Riset.....	78
5.4 Arahan Riset Mendatang .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	80
LAMPIRAN.....	86