

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN JUDUL..... | i |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| DAFTAR ISI..... | 1 |
| DAFTAR TABEL | 5 |
| DAFTAR GAMBAR | 7 |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | 8 |
| INTISARI..... | 9 |
| ABSTRACT | 10 |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 5 |
| 1.3 Pertanyaan Penelitian | 7 |
| 1.4 Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5.1 Bagi Praktisi | 9 |
| 1.5.2 Bagi Akademisi | 9 |
| 1.6 Lingkup Penelitian | 9 |
| 1.7 Sistematika Penelitian | 10 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 12 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 12 |
| 2.1.1 Teori Konfirmasi Harapan (<i>Expectancy Confirmation Theory</i>) | 12 |
| 2.1.2 Teori Penyesalan (<i>Regret Theory</i>)..... | 14 |
| 2.1.3 Retail Daring | 15 |
| 2.1.4 Kualitas yang Dirasakan..... | 16 |
| 2.1.5 Upaya Pencarian..... | 18 |

| | | |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.6 | Daya Tarik Alternatif Produk Lain | 19 |
| 2.1.7 | Penyesalan Pelanggan | 21 |
| 2.1.8 | Kepuasan Pelanggan | 22 |
| 2.1.9 | Keinginan Membeli Kembali | 23 |
| 2.2 | Kajian Penelitian Terdahulu | 25 |
| 2.3 | Perumusan Hipotesis | 30 |
| 2.3.1 | Pengaruh Kualitas yang Dirasakan pada Kepuasan Pelanggan | 31 |
| 2.3.2 | Pengaruh Upaya Pencarian pada Kepuasan Pelanggan..... | 32 |
| 2.3.3 | Pengaruh Daya Tarik Alternatif pada Kepuasan Pelanggan | 34 |
| 2.3.4 | Pengaruh Kualitas yang Dirasakan pada Penyesalan Pelanggan | 35 |
| 2.3.5 | Pengaruh Upaya Pencarian pada Penyesalan Pelanggan | 37 |
| 2.3.6 | Pengaruh Daya Tarik Alternatif pada Penyesalan Pelanggan..... | 39 |
| 2.3.7 | Pengaruh Daya Tarik Alternatif pada Keinginan Membeli Kembali. | 40 |
| 2.3.8 | Pengaruh Penyesalan pada Kepuasan Pelanggan..... | 42 |
| 2.3.9 | Pengaruh Penyesalan Pelanggan pada Keinginan Membeli Kembali | 43 |
| 2.3.10 | Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Keinginan Membeli Kembali .. | 45 |
| 2.4 | Model Penelitian | 46 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | | 48 |
| 3.1 | Desain Penelitian..... | 48 |
| 3.2 | Definisi Operasional Variabel | 49 |
| 3.3 | Metode Pengumpulan Data | 53 |
| 3.4 | Instrumen Penelitian..... | 55 |
| 3.5 | Pengujian Instrumen Penelitian..... | 57 |
| 3.4.1 | Uji Validitas | 57 |
| 3.4.2 | Uji Reliabilitas..... | 58 |
| 3.6 | Analisis Statistik Deskriptif | 59 |
| 3.7 | Metode Analisa Data | 60 |
| 3.8 | Uji Kelayakan Model | 61 |
| 3.7.1 | Uji Koefisien Determinasi..... | 61 |
| 3.7.2 | Uji F..... | 62 |
| 3.9 | Pengujian Hipotesis..... | 62 |
| BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN..... | | 63 |
| 4.1 | Hasil Uji Kualitas Instrumen..... | 63 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1.1 Hasil Uji Validitas | 63 |
| 4.1.2 Hasil Uji Reliabilitas | 66 |
| 4.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden | 68 |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin Responden | 68 |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia Responden | 69 |
| 4.2.3 Analisis Deskriptif Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden | 69 |
| 4.2.4 Analisis Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan Responden | 70 |
| 4.2.5 Analisis Deskriptif Berdasarkan Pengeluaran Responden dalam Satu Bulan | 71 |
| 4.2.6 Analisis Deskriptif Berdasarkan Situs Belanja Daring yang Terakhir Digunakan Responden | 72 |
| 4.2.7 Analisis Deskriptif Berdasarkan Produk Naisha yang Pernah Dibeli Responden 3 Bulan Terakhir..... | 73 |
| 4.3 Analisis Deskriptif Variabel | 74 |
| 4.3.1 Variabel Kualitas yang Dirasakan | 74 |
| 4.3.2 Variabel Upaya Pencarian | 75 |
| 4.3.3 Variabel Daya Tarik Alternatif | 76 |
| 4.3.4 Variabel Penyesalan Pelanggan | 77 |
| 4.3.5 Variabel Kepuasan Pelanggan..... | 78 |
| 4.3.6 Variabel Keinginan Pembelian Ulang Pelanggan | 78 |
| 4.4 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 80 |
| 4.4.1 Hasil Uji Kelayakan Model..... | 80 |
| 4.4.2 Pengujian Hipotesis..... | 83 |
| 4.5 Pembahasan | 90 |
| 4.5.1 Pengaruh Kualitas yang Dirasakan pada Kepuasan Pelanggan | 90 |
| 4.5.2 Pengaruh Upaya Pencarian pada Kepuasan Pelanggan..... | 91 |
| 4.5.3 Pengaruh Daya Tarik Alternatif pada Kepuasan Pelanggan | 92 |
| 4.5.4 Pengaruh Kualitas yang Dirasakan pada Penyesalan Pelanggan | 93 |
| 4.5.5 Pengaruh Upaya Pencarian pada Penyesalan Pelanggan | 94 |
| 4.5.6 Pengaruh Daya Tarik Alternatif pada Penyesalan Pelanggan | 95 |
| 4.5.7 Pengaruh Daya Tarik Alternatif pada Keinginan Membeli Kembali. | 96 |
| 4.5.8 Pengaruh Penyesalan pada Kepuasan Pelanggan..... | 97 |
| 4.5.9 Pengaruh Penyesalan Pelanggan pada Keinginan Membeli Kembali | 98 |
| 4.5.10 Pengaruh Kepuasan Pelanggan pada Keinginan Membeli Kembali .. | 99 |
| BAB V SIMPULAN DAN SARAN | 101 |

| | |
|----------------------------------|-----|
| 5.1 Simpulan..... | 101 |
| 5.2 Implikasi..... | 105 |
| 5.3 Keterbatasan Penelitian..... | 107 |
| 5.4 Saran..... | 108 |
| DAFTAR PUSTAKA | 109 |
| LAMPIRAN..... | 112 |