



DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Pernyataan Pembimbing	iii
Halaman Pernyataan Keaslian.....	iv
KATA PENGANTAR	v
PERSEMBAHAN	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Pertanyaan Penelitian	11
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Lingkup Penelitian	12
1.6 Kontribusi Penelitian.....	13
1.7 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	16
2.1 Belanja Daring	16
2.1.1 Atribut Toko Daring.....	16
2.1.2 Niat beli ulang dan Perilaku Relasional Konsumen dalam Belanja Daring	18
2.2. Kajian Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Rumusan Hipotesis.....	22



2.3.1 Pengaruh Kualitas Informasi Produk (<i>Product Information Quality</i>) pada Kepuasan Informasi (<i>Information Satisfaction</i>)	22
2.3.2 Kepuasan Informasi (<i>Information Satisfaction</i>) dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan Informasi (<i>Service Information Quality</i>) dan Kualitas Pengguna Antarmuka (<i>User Interface Quality</i>).....	23
2.3.4 Pengaruh Keamanan yang dipersepsikan (<i>Perceived Security</i>) pada Kepuasan Informasi (<i>Information Satisfaction</i>)	25
2.3.5 Manfaat Relasional (<i>Relational Benefit</i>) dipengaruhi oleh Kualitas Informasi Produk (<i>Product Information Quality</i>) dan Kualitas Pelayanan Informasi (<i>Service Information Quality</i>)	26
2.3.6 Manfaat Relasional (<i>Relational Benefit</i>) dipengaruhi oleh Keamanan yang dipersepsikan (<i>Perceived Security</i>), Kesadaran Situs (<i>Site Awareness</i>) dan Komitmen Situs (<i>Site Commitment</i>)	28
2.3.7 Pengaruh Kepuasan Informasi (<i>Information Satisfaction</i>) pada Komitmen Situs (<i>Site Commitment</i>)	30
2.4 Model Penelitian	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Strategi Penelitian	33
3.1.1 Definisi Operasional dan Pengukuran	33
3.2 Desain Pengambilan Sampel.....	36
3.2.1 Metode Pengambilan Sampel	36
3.2.2 Unit sampel	37
3.2.3 Ukuran sampel	38
3.3 Obyek Penelitian	39
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	39
3.4 Metode Pengumpulan Data	41
3.5 Instrumen Penelitian.....	42
3.6 Pengujian Instrumen.....	42
3.6.1 Uji Validitas Instrumen.....	43
3.6.2 Uji Reliabilitas	43
3.7 Rencana Pra Uji Instrumen Penelitian	44
3.8 Analisis Data	44
3.8.1 Metode Analisis Data.....	44



3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	45
3.8.3 Pengembangan Formulasi Dasar	46
3.8.4 <i>Goodness of Fit</i> Model Penelitian	47
3.8.5 Proses Pengujian Hipotesis	48
3.8.6 Tingkat Signifikansi.....	49
3.9.1 Uji Validitas Sampel Kecil	49
3.9.2 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil.....	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Hasil Pengumpulan Data Sampel.....	52
4.2 Karakteristik Data Responden	53
4.3 Uji Instrumen	55
4.3.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	55
4.4 Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1 Uji Normalitas.....	59
4.4.2 Uji Multikolinearitas.....	60
4.4.3 Uji Korelasi.....	61
4.5 Pengujian Hipotesis.....	61
4.5.1 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 1	62
4.5.2 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 2	63
4.5.3 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 3	64
4.5.4 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 4	65
4.5.5 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 5	66
4.5.6 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 6	67
4.5.7 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 7	68
4.5.8 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 8	69
4.5.9 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 9	70
4.5.10 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 10	70
4.5.11 Hasil Pengujian Hipotesis Regresi Model 11	71
4.6 Pembahasan Hipotesis.....	73
4.6.1 Hipotesis 1: Pengaruh Kualitas Informasi Produk pada Kepuasan Informasi	73



4.6.2 Hipotesis 2: Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi pada Kepuasan Informasi.....	74
4.6.3 Hipotesis 3: Pengaruh Kualitas Pengguna Antarmuka pada Kepuasan Informasi.....	75
4.6.4 Hipotesis 4: Pengaruh Keamanan yang Dipersepsikan pada Kepuasan Informasi.....	75
4.6.5 Hipotesis 5: Pengaruh Kualitas Informasi Produk pada Manfaat Relasional	76
4.6.6 Hipotesis 6: Pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi pada Manfaat Relasional.....	77
4.6.7 Hipotesis 7: Pengaruh Keamanan yang Dipersepsikan pada Manfaat Relasional.....	77
4.6.8 Hipotesis 8: Pengaruh Kesadaran Situs pada Manfaat Relasional	78
4.6.9 Hipotesis 9: Pengaruh Manfaat Relasional pada Komitmen Situs	79
4.6.10 Hipotesis 10: Pengaruh Kepuasan Informasi pada Komitmen Situs ..	79
4.6.11 Hipotesis 11: Pengaruh Komitmen Situs pada Niat Beli Ulang	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan Penelitian	82
5.2 Keterbatasan Penelitian dan Saran	84
5.3 Implikasi Manajerial	84
DAFTAR PUSTAKA	85
Lampiran 1	90
Lampiran 2	99
Lampiran 3	107
Lampiran 4	113
Lampiran 5	116
Lampiran 6	123
Lampiran 7	125



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Item Pengukuran	34
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Sampel Kecil	49
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil	50
Tabel 4.1 Hasil Pengumpulan Kuesioner	53
Tabel 4.2 Karakteristik Responden	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.4 Rotated Component Matrix	56
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinearitas	60
Tabel 4.8 Hasil Regresi Pengujian Hipotesis	62
Tabel 4.8 Uji Korelasi Pearson	61
Tabel 4.9 Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Situs Toko Daring di Indonesia	7
Gambar 1.3 Grafik Persentase Pengunjung Situs Tokopedia	10
Gambar 2.1 Model Penelitian	32
Gambar 3.1 Tampilan Halaman Depan Situs Tokopedia.....	40
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Hipotesis	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2 Data Primer Responden	99
Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	107
Lampiran 4 Karakteristik Responden	113
Lampiran 5 Uji Validitas dan Reliabilitas Sampel Besar.....	116
Lampiran 6 Uji Normalitas dan Korelasi.....	123
Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear	125