

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN (F1)	ii
HALAMAN PERSETUJUAN (F2)	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI (F3)	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN PENDADARAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR FIGUR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8

1.5	Lingkup Penelitian	8
1.6	Kontribusi Penelitian	9
1.7	Sistematik Penulisan.....	11
BAB II.....		13
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....		13
2.1	Perdagangan Terhubung.....	13
2.2	Pembelian Jasa Pariwisata Terhubung	14
2.3	Niat Membeli Ulang secara Terhubung	15
2.4	Kepercayaan pada Situs.....	17
2.5	Sekap Layanan Terhubung (Online Servicescape).....	18
2.5.1	Daya Tarik Estetika.....	19
2.5.2	Tata Letak dan Fungsi.....	20
2.5.3	Keamanan Keuangan	21
2.6	Penelitian Sebelumnya	22
2.7	Pengembangan Hipotesis	24
2.7.1	Daya Tarik Estetika dan Kepercayaan pada Situs.....	24
2.7.2	Tata Letak dan Fungsi dan Kepercayaan pada Situs.....	25
2.7.3	Keamanan Keuangan dan Kepercayaan pada Situs	26
2.7.4	Kepercayaan pada Situs dan Niat membeli Ulang secara Terhubung	
	27	
2.8	Model Penelitian.....	28

BAB III.....	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Strategi Penelitian.....	30
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran	30
3.2.1 Niat Membeli Ulang	30
3.2.2 Kepercayaan pada Situs	31
3.2.3 Sekap Layanan Terhubung (<i>Online Servicescape</i>)	32
3.3 Desain Pengambilan Sampel	35
3.3.1 Populasi dan Sampel	35
3.3.2 Metode Pengambilan Sampel.....	35
3.3.3 Ukuran Sampel.....	36
3.3.4 Metode Pengumpulan Data.....	37
3.3.5 Lokasi Penelitian.....	38
3.4 Profil Responden	38
3.5 Objek Penelitian	39
3.6 Instrumen Penelitian	39
3.6.1 Uji Instrumen	40
3.6.2 Uji Reliabilitas	40
3.6.3 Uji Validitas	40
3.7 Pra-Uji Instrumen Penelitian	42
3.8 Analisis Data	43

3.8.1	Metode Analisis Data.....	43
3.8.2	Uji Asumsi klasik.....	43
3.8.3	Pengembangan Formulasi Dasar.....	44
3.8.4	<i>Goodness of Fit</i> model penelitian.....	45
3.8.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	45
3.8.6	Uji F.....	46
3.8.7	Uji t.....	46
3.8.8	Tingkat Signifikansi.....	46
3.8.9	Proses Pengujian Hipotesis.....	47
3.9	Hasil Pengujian Instrumen.....	47
3.9.1	Uji Reliabilitas.....	47
3.9.2	Uji Validitas.....	48
BAB IV	51
ANALISIS DATA	51
4.1	Kualitas Data Penelitian.....	51
4.1.1	Uji Normalitas.....	51
4.1.2	Uji Multikolinearitas.....	52
4.2	Statistik Deskriptif.....	53
4.3	Karakteristik Responden.....	55
4.3.1	Kota Domisili.....	55
4.3.2	Usia Responden.....	56

4.3.3	Jenis Kelamin Responden	56
4.3.4	Pekerjaan Responden	57
4.3.5	Pendidikan Terakhir Responden	58
4.3.6	Pendapatan per Bulan Responden	58
4.3.7	Situs yang Dikunjungi Responden	59
4.3.8	Barang atau Jasa yang Dibeli	60
4.3.9	Frekuensi Pembelian Terhubung Responden per tahun	61
4.4	Korelasi	62
4.5	<i>Goodness of Fit Model</i>	63
4.5.1	<i>Goodness of Fit Model</i> Regresi Pertama	63
4.5.2	<i>Goodness of Fit Model</i> Regresi kedua	66
4.6	Pengujian Hipotesis dan Pembahasan	68
4.6.1	Daya Tarik Estetika Terhubung Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Situs	68
4.6.2	Tata Letak dan Fungsi Berpengaruh Negatif dan Tidak Signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Situs	69
4.6.3	Keamanan Keuangan Terhubung Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen pada Situs	70
4.6.4	Kepercayaan pada Situs Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Niat Membeli Ulang secara Terhubung	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan	73

5.2	Implikasi Penelitian	75
5.3	Keterbatasan Penelitian	76
5.4	Arahan Penelitian Mendatang	77
	KEPUSTAKAAN	78
	LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN	80
	LAMPIRAN 2: HASIL OLAH DATA PRA-UJI INSTRUMEN	87
	LAMPIRAN 3: UJI NORMALITAS DAN MULTIKOLINEARITAS	93
	LAMPIRAN 4: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	94
	LAMPIRAN 5: HASIL UJI KORELASI	95
	LAMPIRAN 6: HASIL UJI REGRESI BERGANDA.....	96
	LAMPIRAN 7: HASIL UJI REGRESI SEDERHANA	97

DAFTAR FIGUR

Figur 1. 1 Niat Membeli Terhubung	5
Figur 1. 2 Frekuensi Berbelanja di Toko Terhubung Berdasarkan Kota	5
Figur 1. 3 Tingkat Berbelanja Terhubung berdasarkan Penghasilan	6
Figur 2. 1 Model Penelitian.....	29
Figur 4. 1 Hasil Penelitian Pengujian Hipotesis	72

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 3. 2 Hasil Uji KMO and Bartlett	48
Tabel 3. 3 Hasil Uji Valliditas	49
Tabel 4. 1 Hasil Uji Normalitas	52
Tabel 4. 2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif.....	54
Tabel 4. 4 Kota Domisili Responden	55
Tabel 4. 5 Usia Responden.....	56
Tabel 4. 6 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4. 7 Kota Domisili Responden	57
Tabel 4. 8 Pendidikan Terakhir Responden	58
Tabel 4. 9 Pendapatan per Bulan Responden.....	58
Tabel 4. 10 Situs yang Dikunjungi Responden.....	59
Tabel 4. 11 Barang atau Jasa yang Dibeli	60
Tabel 4. 12 Frekuensi Pembelian Terhubung Responden per Tahun	61
Tabel 4. 13 Hasil Uji Korelasi.....	62
Tabel 4. 14 Hasil Uji Koefisien Determinasi	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji Statistik F.....	64
Tabel 4. 16 Hasil Uji Statistik t.....	65
Tabel 4. 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	67
Tabel 4. 18 Hasil Uji Statistik F.....	67
Tabel 4. 19 Hasil Uji Statistik t.....	68

Tabel 4. 20 Hasil Uji Hipotesis Keseluruhan..... 72

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER PENELITIAN.....	80
LAMPIRAN 2: HASIL OLAH DATA PRA-UJI INSTRUMEN	87
LAMPIRAN 3: UJI NORMALITAS DAN MULTIKOLINEARITAS ..	93
LAMPIRAN 4: HASIL UJI STATISTIK DESKRIPTIF	94
LAMPIRAN 5: HASIL UJI KORELASI	95
LAMPIRAN 6: HASIL UJI REGRESI BERGANDA	96
LAMPIRAN 7: HASIL UJI REGRESI SEDERHANA	97