

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
INTISARI .....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	12
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Lingkup Penelitian .....	16
BAB II.....	17
LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS.....	17
2.1. <i>Theory of Reasoned Action</i> (TRA) .....	17
2.2. <i>Expectation Confirmation Theory</i> (ECT) .....	18
2.3. Niat Pembelian Ulang.....	19
2.5. Usaha yang Diharapkan.....	20
2.6. Kinerja yang Diharapkan .....	20
2.7. Keyakinan Diri .....	20
2.8. Kepercayaan.....	21
2.9. Kepuasan .....	22

2.10.	Pengaruh usaha yang diharapkan pada kepuasan konsumen.....	22
2.11.	Pengaruh kinerja yang diharapkan pada kepuasan konsumen .....	23
2.12.	Pengaruh keyakinan diri pada kepuasan konsumen .....	24
2.13.	Pengaruh kepercayaan pada kepuasan konsumen.....	25
2.14.	Pengaruh kepuasan pada niat pembelian ulang konsumen .....	26
2.15.	Pengalaman memoderasi hubungan antara usaha yang diharapkan dan kepuasan .....	27
2.16.	Pengalaman memoderasi hubungan antara kinerja yang diharapkan dan kepuasan .....	28
2.17.	Pengalaman memoderasi hubungan antara keyakinan diri dan kepuasan	29
2.18.	Pengalaman memoderasi hubungan antara kepercayaan dan kepuasan ...	30
2.19.	Pengalaman memoderasi hubungan antara kepuasan dan niat pembelian ulang.....	30
2.20.	Model Penelitian.....	31
<b>BAB III .....</b>		<b>33</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>		<b>33</b>
3.1.	Strategi Penelitian .....	33
3.2.	Definisi Operasional dan Pengukuran .....	33
3.2.1.	Usaha yang Diharapkan .....	34
3.2.2.	Kinerja yang Diharapkan .....	34
3.2.3.	Keyakinan Diri.....	35
3.2.4.	Kepercayaan.....	35
3.2.5.	Kepuasan .....	36
3.2.6.	Niat Pembelian Ulang .....	36
3.2.7.	Pengalaman .....	37
3.3.	Desain Pengambilan Sampel .....	38
3.3.1.	Metode Pengambilan Sampel .....	38
3.3.2.	Unit Sampel .....	38

3.3.3.	Ukuran Sampel.....	39
3.4.	Profil Responden .....	40
3.5.	Objek Penelitian .....	42
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	45
3.7.	Instrumen Penelitian .....	45
3.8.	Pengujian Instrumen .....	47
3.8.1.	Uji Validitas .....	47
3.8.2.	Uji Reliabilitas .....	50
3.9.	Metode Analisis Data .....	51
3.9.1.	Uji Normalitas.....	52
3.9.2.	Uji Multikolinearitas.....	52
3.9.3.	Metode Analisis Regresi Linier Sederhana.....	52
3.9.4.	Metode Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
3.9.5.	<i>Chow Test</i> .....	54
3.9.6.	<i>Uji Goodness of Fit</i> .....	55
3.9.7.	Uji Statistik t .....	56
3.9.8.	Uji Statistik F .....	56
3.9.9.	Tingkat Signifikansi.....	56
3.9.10.	Prosedur Pengujian Hipotesis .....	57
BAB IV	.....	60
ANALISIS DATA	.....	60
4.1.	Kualitas Data Penelitian .....	60
4.1.1.	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.1.1.1.	Uji Normalitas.....	60
4.1.1.2.	Uji Multikolinearitas .....	62
4.1.2.	Statistik Deskriptif .....	62
4.1.3.	Matriks Korelasi Antar Variabel.....	64
4.2.	<i>Goodness of Fit</i> .....	66

4.2.1.	Model Regresi Linier Berganda.....	66
4.2.2.	Model Regresi Linier Sederhana.....	67
4.3.	Pengujian Hipotesis .....	67
4.3.1.	Temuan Hipotesis Pertama .....	68
4.3.2.	Temuan Hipotesis Kedua .....	69
4.3.3.	Temuan Hipotesis Ketiga.....	71
4.3.4.	Temuan Hipotesis Keempat .....	72
4.3.5.	Temuan Hipotesis Kelima.....	74
4.3.6.	Temuan Hipotesis Keenam .....	75
4.3.7.	Temuan Hipotesis Ketujuh .....	77
4.3.8.	Temuan Hipotesis Kedelapan .....	80
4.3.9.	Temuan Hipotesis Kesembilan .....	82
4.3.10.	Temuan Hipotesis Kesepuluh .....	85
BAB V	.....	90
KESIMPULAN	.....	90
5.1.	Kesimpulan .....	90
5.2.	Implikasi Manajerial .....	95
5.3.	Keterbatasan Penelitian .....	99
5.4.	Arahan Penelitian Mendatang .....	99
DAFTAR PUSTAKA	.....	100
LAMPIRAN	.....	103

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Profil Responden.....	40
Tabel 3.2 <i>Bartlett's</i> dan <i>KMO of Sampling Adequacy</i> .....	47
Tabel 3.3 Hasil Pengukuran <i>Loading Factor</i> .....	48
Tabel 3.4 Ringkasan Hasil Pengukuran <i>Loading Factor</i> .....	49
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	61
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinearitas .....	62
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	63
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Korelasi .....	64
Tabel 4.5 Perhitungan <i>Goodness of Fit</i> (1) .....	66
Tabel 4.6 Perhitungan <i>Goodness of Fit</i> (2).....	68
Tabel 4.7 <i>Chow Test</i> Persamaan 1 .....	76
Tabel 4.8 <i>Chow Test</i> Persamaan 2 .....	79
Tabel 4.9 <i>Chow Test</i> Persamaan 3 .....	81
Tabel 4.10 <i>Chow Test</i> Persamaan 4 .....	84
Tabel 4.11 <i>Chow Test</i> Persamaan 5 .....	86
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Pengakses Internet di Indonesia.....	1
Gambar 1.2 Penetrasi Internet di Indonesia .....	2
Gambar 1.3 Indeks Merek Populer Situs Belanja Elektronik .....	3
Gambar 1.4 Presentase Pembelian Konsumen Indonesia Secara Daring .....	4
Gambar 2.1 Model Penelitian .....	30
Gambar 3.1 <i>Website</i> Shopee .....	41
Gambar 3.2 <i>Website</i> Tokopedia.....	42
Gambar 3.3 <i>Website</i> Bukalapak .....	43
Gambar 3.4 <i>Website</i> Berrybenka .....	44
Gambar 4.1 Model Hasil Penelitian.....	89