

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	16
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.5 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II	18
TELAAH PUSTAKA.....	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Perilaku Konsumen	18
2.1.2 E-Commerce	20
2.1.3 Kualitas Layanan Elektronik	22
2.1.4 Kepercayaan Konsumen.....	25
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	27
2.1.6 Niat Pembelian Ulang	28
2.2 Pengaruh Antara Variabel.....	30
2.2.1 Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	30
2.2.2 Kepercayaan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang	31
2.2.3 Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen	32

2.2.4 Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
2.2.5 Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang	35
2.3 Penelitian Terdahulu	36
2.4 Kerangka Pemikiran	45
BAB III.....	46
METODE PENELITIAN	46
3.1 Populasi dan Sampel.....	46
3.1.1 Populasi	46
3.1.2 Sampel.....	46
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	47
3.2.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	47
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	49
3.3.1 Data Primer.....	49
3.3.2 Data Sekunder.....	50
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	50
3.5 Metode Analisis Data	50
3.5.1 Analisis SEM.....	51
3.5.2 Pengembangan Model Berdasar Teori	51
3.5.3 Menyusun Path Diagram dan Persamaan Struktural.....	51
3.5.4 Memilih Jenis Input Matrik dan Estimasi Model yang Diusulkan	52
3.5.5 Menilai Identifikasi Model Struktural.....	52
3.5.6 Analisis Faktor Konfirmatori (Confirmatory Factor Analysis)	53
3.5.7 Menilai Kriteria Goodness-of-Fit	53
3.5.8 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	56
BAB IV	57
HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	57
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.2 Gambaran Umum Responden	57
4.3 Uji Kualitas Data	61
4.3.1 Uji Validitas.....	61
4.3.2 Uji Reliabilitas	62
4.4 Analisis Deskriptif.....	64

4.5 Analisis Multivariat	64
4.5.1 Uji Outlier.....	64
4.5.2 Uji Normalitas Data	65
4.5.3 Uji Reliability and Variance Extracted	67
4.5.4 Diagram Jalur.....	68
4.5.5 Analisis Confirmatory Factor Analysis	69
4.5.6 Evaluasi Nilai Residual	81
4.5.7 Uji Hipotesis Penelitian.....	84
4.5.8 Analisis Total Effect, Direct Effect dan Indirect Effect	86
4.6 Pembahasan.....	88
4.6.1 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Niat Pembelian Ulang	88
4.6.2 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Ulang	90
4.6.3 Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen	91
4.6.4 Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen	92
4.6.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang.....	93
BAB V.....	96
PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Implikasi Teoritis	98
5.3 Implikasi Manajerial.....	101
5.4 Saran Praktis.....	102
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	104
5.6 Saran Penelitian Mendatang.....	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN 1	116
KUESIONER PENELITIAN	116
LAMPIRAN 2	123
TABULASI DATA PENELITIAN	123
LAMPIRAN 3	140
HASIL PENGOLAHAN DATA	140
LAMPIRAN 4	172