

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	9
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Kemudahan Penggunaan.....	11
2.1.2 Kepercayaan Pelanggan	13
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	16
2.1.4 Minat Beli Ulang	18
2.2 Penelitian Terdahulu	21
2.3 Hipotesis Penelitian.....	23
2.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian .	24
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian ..	25
2.3.3 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang	25
2.3.4 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	26
2.3.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang	27
2.4 Kerangka Pemikiran Teoretis	27

BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operational Variabel.....	29
3.1.1 Variabel Penelitian.....	29
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	30
3.2 Populasi dan Sampel	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel.....	32
3.3 Jenis dan Sumber Data	33
3.3.1 Jenis Data	33
3.3.2 Sumber Data.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5 Teknik Analisis Data	35
3.5.1 Uji Instrumen.....	35
3.5.2 Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	41
4.1.2 Hasil Pra-Survei Kuesioner.....	44
4.1.3 Hasil Pengolahan Data Tahap Survei	46
4.1.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.1.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	47
4.1.3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	48
4.1.3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	49
4.2 Hasil Analisis.....	50
4.2.1 Analisis Faktor Konfirmatori (Konfirmatory Factor Analysis).....	50
4.2.1.1 CFA Konstruksi Kemudahan Penggunaan	50
4.2.1.2 CFA Konstruksi Kepercayaan Pelanggan	52
4.2.1.3 CFA Konstruksi Keputusan Pembelian	53
4.2.1.4 CFA Konstruksi Minat Beli Ulang	55
4.2.1.5 CFA Konstruksi Eksogen	56
4.2.1.6 CFA Konstruksi Endogen.....	59

4.2.1.7 Hasil Uji Validitas.....	61
4.2.1.8 Hasil Uji Reliabilitas	63
4.2.2 Analisis Full Model SEM.....	64
4.2.2.1 Asumsi SEM	64
4.2.3 Hasil Pengujian Hipotesis	69
4.3 Pembahasan	72
4.3.1 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Keputusan Pembelian .	72
4.3.2 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian ..	73
4.3.3 Pengaruh Keputusan Pembelian terhadap Minat Beli Ulang	73
4.3.4 Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	74
4.3.5 Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang	75
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Implikasi Manajerial	78
5.3 Implikasi Teoritis.....	78
5.4 Keterbatasan Penelitian	80
5.5 Saran Penelitian Mendatang.....	80
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	87

