

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian	18
1.4 Manfaat Penelitian	19
1.5 Sistematika Penulisan	20
BAB II TELAAH PUSTAKA	22
2.1 Landasan Teori.....	22
2.1.1 Teori SOR.....	22
2.1.2 <i>E-Commerce</i>	24
2.1.3 Teori <i>Consumer Behavior</i> (Perilaku Konsumen).....	25
2.1.4 Minat pembelian ulang	30
2.1.5 Niat mengunjungi kembali website.....	33
2.1.6 Kepercayaan pelanggan.....	34
2.1.7 Kualitas Pelayanan.....	36
2.1.8 Kepuasan pelanggan	37
2.2 Pengembangan Model Empirik.....	40
2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan pelanggan.....	40

2.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan.....	40
2.2.3	Pengaruh Kepercayaan pelanggan terhadap Minat pembelian ulang.....	41
2.2.4	Pengaruh Kepercayaan pelanggan terhadap Niat mengunjungi kembali website	42
2.2.5	Pengaruh Kepuasan pelanggan terhadap Minat pembelian ulang.....	43
2.2.6	Pengaruh <i>Site Revisit Intention</i> terhadap Minat pembelian ulang.....	44
2.2.7	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dalam memediasi pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Minat pembelian ulang.....	45
2.2.8	Pengaruh Kepuasan Pelanggan dalam memediasi pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Minat pembelian ulang.....	46
2.2.9	Pengaruh Mengunjungi Website Kembali dalam memediasi pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat pembelian ulang.....	46
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	47
BAB III METODE PENELITIAN		49
3.1	Jenis Penelitian	49
3.2	Populasi dan Sampel	49
3.3	Sumber data dan Jenis Data.....	51
3.4	Metode Pengumpulan Data	51
3.5	Variabel dan Indikator	53
3.6	Teknis Analisis	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Identitas Responden	65
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	65

4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	66
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	67
4.2	Deskriptif Hasil Penelitian.....	67
4.2.1	Analisis Jawaban Variabel Kualitas Layanan Elektronik	68
4.2.2	Analisis Jawaban Variabel Kepercayaan Pelanggan.....	69
4.2.3	Analisis Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan	70
4.2.4	Analisis Jawaban Variabel Minat Mengunjungi Website Kembali	71
4.2.5	Analisis Jawaban Terhadap Minat Pembelian Ulang.....	72
4.3	Analisis <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	74
4.3.1	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	74
4.3.2	Pengujian Asumsi SEM	80
4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk	87
4.4.1	Uji Validitas	87
4.4.2	Reliabilitas dan <i>Variance Extract</i>	88
4.5	Hasil Penelitian	90
4.5.1	Pengujian Hipotesis Penelitian.....	90
4.5.2	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	97
4.6	Pembahasan	98
4.6.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik terhadap Kepercayaan Pelanggan.....	98
4.6.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan.....	99
4.6.3	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Mengunjungi Website Kembali.....	100
4.6.4	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang.....	101
4.6.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Minat Pembelian Ulang.....	101

4.6.6	Pengaruh Minat Mengunjungi Website Kembali terhadap Minat pembelian ulang	102
4.6.7	Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepercayaan Pelanggan.....	103
4.6.8	Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan	103
4.6.9	Pengaruh Kepercayaan Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang melalui Mengunjungi Website Kembali....	104
BAB V PENUTUP		105
5.1	Kesimpulan	105
5.2	Kesimpulan Permasalahan Penelitian.....	109
5.3	Implikasi teoritis	112
5.4	Implikasi Manajerial.....	113
5.5	Keterbatasan Penelitian	114
5.6	Agenda Penelitian Mendatang	115
DAFTAR PUSTAKA		117
LAMPIRAN.....		121

SEMARANG
FEB UNDIP