

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
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
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL</b>	
<b>PENELITIAN.....</b>	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 <i>Social Commerce</i> .....	11
2.1.2 Minat Beli Ulang .....	12
2.1.3 Kepercayaan.....	13
2.1.4 Kualitas .....	15
2.1.5 Kepuasan .....	16
2.1.6 Risiko.....	17
2.2 Penelitian Terdahulu. ....	18

2.3	Hubungan Antar Variabel .....	21
2.3.1	Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang .....	21
2.3.2	Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang .....	21
2.3.3	Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang.....	22
2.3.4	Risiko terhadap Minat Beli Ulang.....	22
2.4	Kerangka Pikir.....	23
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>24</b>
3.1	Jenis dan Sumber Penelitian.....	24
3.2	Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.2.2	Sampel.....	25
3.3	Definisi Operasional Variabel dan Pengukurannya.....	26
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5	Teknik Analisis.....	27
3.5.1	Uji Validitas.....	28
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	28
3.5.3	Uji Normalitas .....	29
3.5.4	Uji Multikolinearitas .....	30
3.5.5	Uji Heteroskedastisitas .....	30
3.5.6	Analisis Linear Berganda.....	30
3.5.7	Uji Goodness of Fit.....	31
3.5.8	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	31
3.5.9	Uji Statistik F.....	32
3.5.10	Uji Statistik t.....	32
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>33</b>
4.1	Profil Responden.....	33
4.2	Identitas Responden.....	34
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	34
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	34

<b>4.3</b>	<b>Analisis Data</b> .....	<b>35</b>
4.3.1	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	35
4.3.2	Uji Asumsi Klasik .....	38
4.3.3	Analisis Regresi Berganda .....	40
4.3.4	Uji t.....	41
4.3.5	Koefisien Determinasi.....	43
<b>4.4</b>	<b>Pembahasan</b> .....	<b>44</b>
4.4.1	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	44
4.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	45
4.4.3	Pengaruh Kepuasan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen .....	47
4.4.4	Pengaruh <i>Risiko</i> terhadap Minat Beli Ulang Konsumen.....	49
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b> .....	<b>51</b>
5.1	Kesimpulan.....	51
5.2	Implikasi Teoritis .....	53
5.3	Implikasi Manajerial .....	57
5.4	Keterbatasan Penelitian .....	58
5.5	Agenda Penelitian Mendatang.....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	.....	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN</b>	.....	<b>63</b>