

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
ABSTRAK .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	11
2.1. Landasan Teori & Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1. Pengertian <i>Theory of Planned Behaviour (TPB)</i> .....	11
2.1.2. Kualitas Layanan Elektronik.....	13
2.1.3. <i>Word of Mouth (WoM)</i> Elektronik.....	15
2.1.4. Kepuasan Pelanggan .....	18
2.1.5. Niat Membeli Kembali.....	20
2.2. Hubungan antar Variabel.....	23
2.2.1. Hubungan Kualitas Layanan Elektronik dan Niat Membeli Kembali.....	23
2.2.2. Hubungan Kepuasan Pelanggan dan Niat Membeli Kembali.....	24
2.2.3. Hubungan Kualitas Layanan Elektronik dan Kepuasan Pelanggan .....	25
2.2.4. Hubungan <i>WoM</i> Elektronik dan Kepuasan Pelanggan .....	26
2.3. Penelitian Terdahulu.....	27

2.4. Kerangka Penelitian.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3. 1. Variabel Penelitian .....	30
3.1.1. Variabel Independen .....	30
3.1.2. Variabel <i>Intervening</i> .....	31
3.1.3. Variabel Dependen.....	31
3. 2. Definisi Operasional Variabel.....	31
3. 3. Populasi dan Sampel .....	33
3.3.1. Populasi .....	33
3.3.2. Sampel.....	33
3. 4. Jenis Sumber Data.....	35
3. 5. Teknik Pengumpulan Data.....	36
3. 6. Metode Analisis Data.....	37
3.6.1. Measurement Model.....	38
3.6.2. Structural Model .....	39
3.6.3. Uji Validitas & Reliabilitas .....	39
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS.....</b>	<b>42</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian.....	42
4.1.1. Deskripsi Responden.....	42
4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	50
4.2. Analisis Data .....	56
4.2.1. Measurement Model .....	56
4.2.1.1. Uji Validitas.....	56
4.2.1.2. Uji Reliabilitas .....	58
4.2.2. Structural Model .....	59
4.2.2.1. Uji <i>R-Square</i> .....	60
4.2.2.2. Uji <i>F-Square</i> .....	61
4.2.2.3. Uji <i>Q-Square</i> .....	62
4.2.2.4. Uji <i>Model Fit</i> (SRMR).....	62
4.2.2.5. Uji <i>PLS Predict</i> .....	63
4.2.3. Pengujian Hipotesis.....	64

4.2.3.1. Pengujian Hipotesis 1 (Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh positif terhadap Niat Membeli Kembali) .....	66
4.2.3.2. Pengujian Hipotesis 2 (Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif terhadap Niat Membeli Kembali) .....	66
4.2.3.3. Pengujian Hipotesis 3 (Kualitas Layanan Elektronik berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan) .....	67
4.2.3.4. Pengujian Hipotesis 4 ( <i>WoM</i> Elektronik berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan) .....	67
4.2.3.5. Pengujian <i>Indirect Effect</i> Kepuasan Pelanggan sebagai mediasi Kualitas Layanan Elektronik dan Niat Membeli Kembali.....	68
4.2.3.6. Pengujian <i>Indirect Effect</i> Kepuasan Pelanggan sebagai mediasi <i>WoM</i> Elektronik dan Niat Membeli Kembali .....	69
4.3. Interpretasi Hasil.....	69
4.3.1. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Niat Membeli Kembali .....	70
4.3.2. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Niat Membeli Kembali.....	71
4.3.3. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan .....	72
4.3.4. Pengaruh <i>WoM</i> Elektronik terhadap Kepuasan Pelanggan .....	73
4.3.5. Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik terhadap Niat Membeli Kembali dengan mediasi Kepuasan Pelanggan ....	74
4.3.6. Pengaruh <i>WoM</i> Elektronik terhadap Niat Membeli Kembali dengan mediasi Kepuasan Pelanggan .....	75
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan .....	77

5.2 Keterbatasan.....	79
5.3 Saran .....	80
5.3.1 Implikasi Teoritis.....	80
5.3.2 Implikasi Manajerial.....	81
5.3.3 Saran Untuk Penelitian yang akan Datang .....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	83
LAMPIRAN A KUISIONER .....	89
LAMPIRAN B TABULASI DATA.....	93
LAMPIRAN C HASIL OLAH DATA.....	98

