

## DAFTAR ISI

SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	ii
ABSTRACT.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan penelitian.....	11
1.5 Asumsi-Asumsi Penting.....	12
1.6 Outline Tesis.....	12
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Telaah Pustaka.....	14
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i> .....	14
2.1.2 <i>E-commerce</i> .....	15
2.1.3 <i>E-marketplace</i> .....	16
2.1.4 Kemudahan Penggunaan.....	17
2.1.5 Pengalaman Berbelanja.....	18
2.1.6 Kepuasan Konsumen.....	20
2.1.7 Niat Beli Kembali ( <i>Repurchase Intention</i> ).....	22
2.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	23
2.2.1 Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	23
2.2.2 Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Kembali ( <i>Repurchase Intention</i> ).....	24
2.2.3 Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25

2.2.4	Pengalaman Berbelanja Terhadap Niat Beli Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ).....	26
2.2.5	Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ).....	26
2.3	Model Penelitian.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>29</b>
3.1	Rancangan Penelitian.....	29
3.1.1	Pendekatan Penelitian .....	29
3.1.2	Jenis Penelitian .....	30
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.2.1	Populasi.....	30
3.2.2	Sampel Penelitian .....	31
3.3	Sumber Data dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3.1	Sumber Data .....	32
3.3.2	Definisi Operasional Variabel .....	32
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4.1	Eksplorasi Lapangan .....	34
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	34
3.5	Teknik Analisis Data .....	34
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>39</b>
4.1	Gambaran Obyek Penelitian .....	39
4.2	Gambaran Subyek Penelitian.....	40
4.3	Lokasi Penelitian .....	40
4.4	Karakteristik Responden.....	41
4.4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.4.2	Responden Berdasarkan Usia .....	42
4.4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
4.4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
4.4.5	Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan .....	44
4.4.6	Responden Berdasarkan Platform yang Digunakan .....	45
4.5	Uji Kelayakan Data Penelitian .....	46
4.5.1	Uji Validitas.....	46
4.5.2	Uji Reliabilitas .....	47
4.6	Analisis Structural Equation Model (SEM).....	48
4.6.1	Analisis Faktor Konfirmatori ( <i>Confirmatory Factor Analysis</i> )..	48
4.6.1.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen .....	48
4.6.2	Uji SEM Pada Kelayakan Full Model .....	56
4.7	Uji Construct Validity.....	58
4.7.1	Uji Convergent Validity.....	58
4.7.2	Uji Construct Reliability dan Variance Extracted .....	60
4.8	Evaluasi Asumsi Model Struktural.....	61
4.8.1	Uji Normalitas Data .....	62

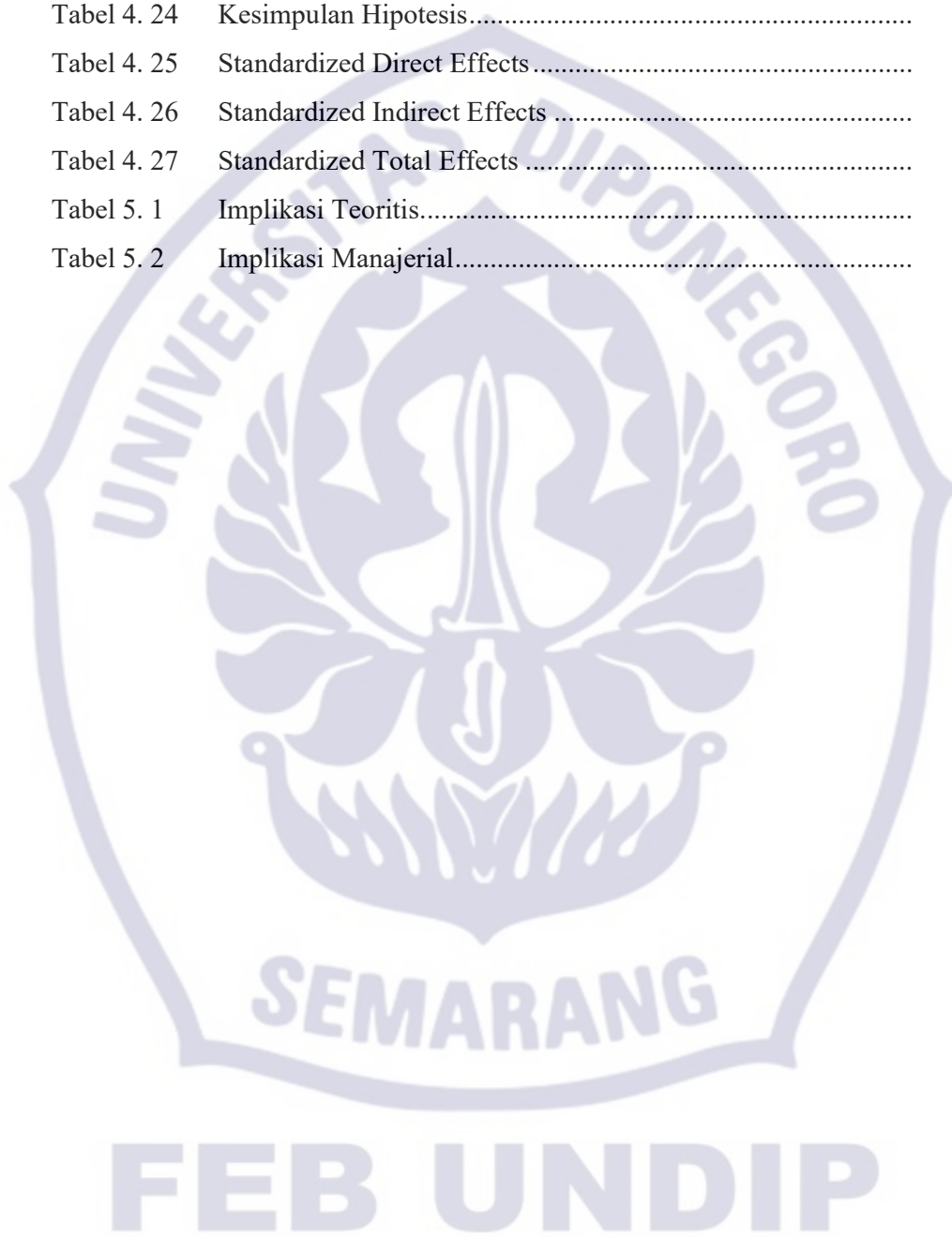
4.8.2	Evaluasi <i>Outliers</i> .....	62
4.8.3	Evaluasi <i>Multikolineeritas</i> .....	63
4.9	Uji Hipotesis Penelitian .....	64
4.10	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Pengaruh.....	67
4.11	Pembahasan .....	69
4.11.1	Ada Pengaruh Signifikan Pengalaman Berbelanja Terhadap Niat Beli Ulang .....	69
4.11.2	Ada Pengaruh Signifikan Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepuasan Konsumen .....	70
4.11.3	Ada Pengaruh Signifikan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Ulang .....	72
4.11.4	Ada Pengaruh Signifikan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang.....	73
4.11.5	Ada Pengaruh Signifikan Positif Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen .....	74
<b>BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....</b>		<b>76</b>
5.1	Kesimpulan Hipotesis.....	76
5.2	Kesimpulan Atas Masalah Peneliti.....	77
5.2.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Beli Kembali melalui Kepuasan Konsumen .....	77
5.2.2	Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Niat Beli Kembali melalui Kepuasan Konsumen .....	78
5.3	Implikasi Teoritis.....	79
5.4	Implikasi Manajerial.....	81
5.5	Keterbatasan Penelitian .....	83
5.6	Agenda Penelitian Kedepan.....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>85</b>

SEMARANG  
**FEB UNDIP**

## DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1. 1	Reseach GAP.....	9
Tabel 3. 1	Tabel Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
Tabel 3. 2	Model persamaan struktural.....	36
Tabel 3. 3	<i>Measurement Model</i> (Model Pengukuran).....	36
Tabel 3. 4	<i>Goodness of Fit Index</i> .....	38
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	42
Tabel 4. 2	Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 3	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel 4. 4	Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
Tabel 4. 5	Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Per Bulan.....	45
Tabel 4. 6	Responden Berdasarkan Platfrom yang digunakan.....	46
Tabel 4. 7	Uji Validitas.....	46
Tabel 4. 8	Uji Reliabilitas.....	48
Tabel 4. 9	Uji Kelayakan Model Variabel Kemudahan Penggunaan.....	49
Tabel 4. 10	Regresion Weight Kemudahan Penggunaan.....	50
Tabel 4. 11	Uji Kelayakan Model Variabel Pengalaman Berbelanja.....	51
Tabel 4. 12	Regresion Weight Kemudahan Penggunaan.....	52
Tabel 4. 13	Uji Kelayakan Model Variabel Kepuasan Konsumen.....	53
Tabel 4. 14	Regresion Weight Kepuasan Konsumen.....	54
Tabel 4. 15	Uji Kelayakan Model Variabel Niat Beli Kembali.....	55
Tabel 4. 16	Regresion Weight Niat Beli Kembali.....	56
Tabel 4. 17	Output Analisis Uji Kelayakan Full Model.....	57
Tabel 4. 18	Standardized Regression Weights.....	59
Tabel 4. 19	Uji Construct Reliability dan Variance Extracted.....	60
Tabel 4. 20	Assessment Of Normalitas.....	62
Tabel 4. 21	Uji Outlier.....	63
Tabel 4. 22	Multikolinieritas.....	64

Tabel 4. 23	Regression Weights .....	65
Tabel 4. 24	Kesimpulan Hipotesis.....	67
Tabel 4. 25	Standardized Direct Effects .....	67
Tabel 4. 26	Standardized Indirect Effects .....	68
Tabel 4. 27	Standardized Total Effects .....	68
Tabel 5. 1	Implikasi Teoritis.....	79
Tabel 5. 2	Implikasi Manajerial.....	81



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1. 1 Empat Top Aplikasi e-commerce di Indonesia Tahun 2021..	6
Gambar 3. 1 Pengembangan Diagram Alur .....	35
Gambar 4. 1 Maps Lokasi Penelitian .....	41
Gambar 4. 2 Uji CFA Variabel Kemudahan Penggunaan .....	49
Gambar 4. 3 Uji CFA Variabel Pengalaman Berbelanja .....	51
Gambar 4. 4 Uji CFA Variabel Kepuasan Konsumen.....	53
Gambar 4. 5 Uji CFA Variabel Niat Beli Kembali.....	55
Gambar 4. 6 Uji Full Model Penelitian.....	57
Gambar 5. 1 Kemudahan Penggunaan dapat meningkatkan Niat Beli Kembali dengan melalui Kepuasan Konsumen .....	77
Gambar 5. 2 Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Niat Beli Kembali dengan melalui Kepuasan Konsumen .....	78

**FEB UNDIP**

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1* Curriculum Vitae
- Lampiran 2* Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 3* Tabulasi Data
- Lampiran 4* Output Software Amos

