

## DAFTAR ISI

<i>COVER</i> .....	i
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 ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	14
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	15
1.3.1 Tujuan .....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	15
1.4 Sistematika Penulisan.....	16
BAB II TELAAH PUSTAKA .....	18
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 <i>E-commerce</i> .....	18
2.1.2 Minat Beli Ulang.....	23
2.1.3 Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.4 Keragaman Produk.....	29
2.1.5 Promosi Penjualan.....	32
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Hubungan antar Variabel.....	43
2.3.1 Pengaruh Keragaman Produk dengan Minat Beli Ulang .....	43

2.3.2	Pengaruh Promosi Penjualan dengan Minat Beli Ulang .....	44
2.3.3	Pengaruh Keragaman Produk dengan Kepuasan Konsumen .....	45
2.3.4	Pengaruh Promosi Penjualan dengan Kepuasan Konsumen .....	46
2.3.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen dengan Minat Beli Ulang .....	47
2.4	Kerangka Pemikiran .....	49
2.5	Hipotesis .....	49
BAB III METODE PENELITIAN .....		51
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	51
3.1.1	Variabel Penelitian .....	51
3.1.2	Definisi Operasional Variabel .....	52
3.2	Populasi dan Sampel .....	54
3.2.1	Populasi .....	54
3.2.2	Sampel .....	54
3.3	Jenis Data dan Sumber Data .....	56
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	57
3.5	Metode Analisis Data .....	58
3.5.1	Analisis Univariat .....	59
3.5.2	Analisis Multivariat .....	59
BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....		66
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	66
4.1.1	Profil Perusahaan .....	66
4.1.2	Deskripsi Umum Responden .....	67
4.1.3	Analisis <i>Indeks Jawaban Responden</i> .....	72
4.2	Analisis SEM .....	83
4.2.1	Uji <i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i> .....	83
4.2.2	Uji Struktural .....	90
4.2.3	Pengujian Hipotesis .....	103
4.2.4	Analisis <i>Direct Effect, Indirect Effect, dan Total Effect</i> .....	106
4.3	Interpretasi Hasil .....	108
4.3.1	Pengaruh Keragaman Produk terhadap Minat Beli Ulang .....	108
4.3.2	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Minat Beli Ulang .....	108
4.3.3	Pengaruh Keragaman Produk terhadap Kepuasan Konsumen .....	109

4.3.4	Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Konsumen.....	110
4.3.5	Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang.....	111
BAB V PENUTUP.....		112
5.1	Ringkasan Penelitian .....	112
5.2	Kesimpulan atas Diterimanya Hipotesis .....	114
5.3	Kesimpulan Masalah Penelitian .....	117
5.4	Implikasi Teoritis .....	119
5.5	Implikasi Manajerial.....	120
5.6	Keterbatasan Penelitian .....	123
5.7	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	124
DAFTAR PUSTAKA.....		125

