

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN	v
PERNYATAAN ORISINILITAS	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Pertanyaan Penelitian.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II	11
KAJIAN PUSTAKA	11
A. TEORI PENDUKUNG.....	11

1. Deskripsi Konseptual	11
2. Hasil Penelitian yang Relevan	18
B. KERANGKA TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	32
1. Kerangka Teoritik	32
2. Perumusan Hipotesis	36
BAB III	37
METODELOGI PENELITIAN	37
A. Waktu dan Tempat Penelitian	37
B. Desain Penelitian	38
C. Populasi dan Sampel	40
D. Pengembangan Instrumen	42
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data	47
BAB IV	67
HASIL DAN PEMBAHASAN	67
A. Deskripsi Data	67
B. Pembahasan	93
BAB V	96
PENUTUP	96
A. Kesimpulan	96
B. Implikasi	97

C. Keterbatasan Penelitian	100
D. Rekomendasi pada penelitian selanjutnya.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN-LAMPIRAN	106



DAFTAR TABEL

<u>Tabel 1.1 Hasil Survei Awal Pengaruh Kepercayaan Terhadap Niat Membeli Ulang Pada Aplikasi Belanja <i>Online</i> Shopee</u>	6
<u>Tabel 1.2 Hasil Survei Awal Pengaruh Kegunaan Yang Dirasakan Terhadap Niat Membeli Ulang Pada Aplikasi Belanja <i>Online</i> Shopee</u>	7
<u>Tabel 2. 1 Matriks Hasil Penelitian yang Relevan</u>	23
<u>Tabel 2. 2 Persamaan dan Perbandingan Jurnal</u>	26
<u>Tabel 3.1 Jumlah Sampel Menggunakan SEM</u>	41
<u>Tabel 3.2 Indikator Kepercayaan</u>	42
<u>Tabel 3.3 Indikator Kegunaan Yang Dirasakan</u>	44
<u>Tabel 3.4 Indikator Niat Membeli Ulang</u>	45
<u>Tabel 3.5 Skala Pengukuran Likert Genap</u>	46
<u>Tabel 3.6 Nilai <i>Loading Significant</i> EFA berdasarkan Jumlah Sampel</u>	48
<u>Tabel 3.7 Parsimony Fit Indices</u>	53
<u>Tabel 3.8 Pernah Berbelanja di Shopee</u>	54
<u>Tabel 3.9 Domisili Konsumen Shopee</u>	55
<u>Tabel 3.10 Jenis Kelamin Konsumen Shopee</u>	56
<u>Tabel 3.11 Usia Konsumen Shopee</u>	56
<u>Tabel 3.12 Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee</u>	57
<u>Tabel 3.13 Status Pekerjaan Konsumen Shopee</u>	58
<u>Tabel 3.14 Status Pernikahan Konsumen Shopee</u>	59
<u>Tabel 3.15 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kepercayaan</u>	60

<u>Tabel 3.16 Hasil Eigenvalues Variabel Kepercayaan</u>	61
<u>Tabel 3.17 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel Kepercayaan</u>	62
<u>Tabel 3.18 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	63
<u>Tabel 3.19 Hasil Eigenvalues Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	63
<u>Tabel 3.20 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u> 64	
<u>Tabel 3.21 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Niat Membeli Ulang</u>	65
<u>Tabel 3.22 Hasil Eigenvalues Variabel Niat Membeli Ulang</u>	65
<u>Tabel 3.23 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach' Alpha</i> Variabel Niat Membeli Ulang</u>	66
<u>Tabel 4.1 Pernah Berbelanja di Shopee</u>	67
<u>Tabel 4.2 Domisili Konsumen Shopee</u>	68
<u>Tabel 4.3 Jenis Kelamin Konsumen Shopee</u>	69
<u>Tabel 4.4 Usia Konsumen Shopee</u>	70
<u>Tabel 4.5 Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee</u>	71
<u>Tabel 4.6 Status Pekerjaan Konsumen Shopee</u>	72
<u>Tabel 4.7 Status Pernikahan Konsumen Shopee</u>	73
<u>Tabel 4.8 Statistika Deskriptif Variabel Kepercayaan</u>	74
<u>Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kepercayaan</u>	75
<u>Tabel 4.10 Statistika Deskriptif Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	76
<u>Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u> 77	
<u>Tabel 4.12 Statistika Deskriptif Variabel Niat Membeli Ulang</u>	78

<u>Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Niat Membeli Ulang</u>	78
<u>Tabel 4.14 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kepercayaan</u>	79
<u>Tabel 4.15 Hasil Eigenvalues Variabel Kepercayaan</u>	80
<u>Tabel 4.16 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach's alpha</i> Variabel Kepercayaan.....</u>	80
<u>Tabel 4.17 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Kegunaan Yang Dirasakan.....</u>	81
<u>Tabel 4.18 Hasil Eigenvalues Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	81
<u>Tabel 4.19 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach's alpha</i> Variabel Kegunaan Yang Dirasakan</u>	82
<u>Tabel 4.20 Hasil MSA dan Bartlett's Variabel Niat Membeli Ulang</u>	83
<u>Tabel 4.21 Hasil Eigenvalues Variabel Niat Membeli Ulang.....</u>	83
<u>Tabel 4.22 Hasil <i>Factor loading</i> dan <i>Cronbach's alpha</i> Variabel Niat Membeli Ulang....</u>	84
<u>Tabel 4.23 Jumlah Indikator pada CFA.....</u>	86
<u>Tabel 4.24 Hasil Pengujian GOF Full Model</u>	86
<u>Tabel 4.25 Hasil Pengujian GOF Fit Model</u>	88
<u>Tabel 4.26 Regression Weight: (Group number 1 – Default model)</u>	89
<u>Tabel 4.27 Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)</u>	90
<u>Tabel 4.28 Koefisien Jalur dan <i>Standar Error</i>.....</u>	90
<u>Tabel 4.29 Hasil Pengujian Variabel <i>Intervening</i></u>	91

DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar 1.1: Hasil survey iPrice tentang <i>E-commerce</i> yang sering digunakan</u>	5
<u>Gambar 3.1 Konstelasi Hubungan antar Variabel</u>	39
<u>Gambar 3.2 Grafik Pernah Berbelanja di Shopee</u>	54
<u>Gambar 3.3 Grafik Domisili Konsumen Shopee</u>	55
<u>Gambar 3.4 Grafik Jenis Kelamin Konsumen Shopee</u>	56
<u>Gambar 3.5 Grafik Usia Konsumen Shopee</u>	57
<u>Gambar 3.6 Grafik Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee</u>	58
<u>Gambar 3.7 Grafik Status Pekerjaan Konsumen Shopee</u>	59
<u>Gambar 3.8 Status Pernikahan Konsumen Shopee</u>	60
<u>Gambar 4.1 Grafik Pernah Berbelanja di Shopee</u>	67
<u>Gambar 4.2 Grafik Domisili Konsumen Shopee</u>	68
<u>Gambar 4.3 Grafik Jenis Kelamin Konsumen Shopee</u>	69
<u>Gambar 4.4 Grafik Usia Konsumen Shopee</u>	70
<u>Gambar 4.5 Pendidikan Terakhir Konsumen Shopee</u>	71
<u>Gambar 4.6 Grafik Status Pekerjaan Konsumen Shopee</u>	72
<u>Gambar 4.7 Grafik Status Pernikahan Konsumen Shopee</u>	73
<u>Gambar 4.8 <i>Output</i> Confirmatory Factor Analysis Full Model</u>	85
<u>Gambar 4.9 <i>Output</i> Confirmatory Factor Analysis (CFA)</u>	87
<u>Gambar 4.10 <i>Output</i> Hasil Pengujian Hipotesis</u>	89

DAFTAR LAMPIRAN

<u>Lampiran 1. Form Konsultasi Skripsi</u>	106
<u>Lampiran 2. Form Saran dan Perbaikan Skripsi</u>	107
<u>Lampiran 3. Kuesioner Survei Awal</u>	108
<u>Lampiran 4. Kuesioner Pilot Study dan Penelitian (Final)</u>	110
<u>Lampiran 5. Jawaban Pertanyaan Responden Pilot Study</u>	114
<u>Lampiran 6. Hasil <i>Exploatory Factor Analysis</i> (EFA) Pilot Study</u>	115
<u>Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Pilot Study</u>	120
<u>Lampiran 8. Data Responden Pilot Study</u>	122
<u>Lampiran 9. Jawaban Pertanyaan Responden Kuesioner Final</u>	124
<u>Lampiran 10. Hasil <i>Exploratory Factor Analysis</i> (EFA) Final</u>	131
<u>Lampiran 11. Hasil Uji Reliabilitas Final</u>	135
<u>Lampiran 12. <i>Output</i> Confirmatory Factor Analysis (CFA) Model Awal</u>	136
<u>Lampiran 13. <i>Output</i> Confirmatory Factor Analysis (CFA) Fit Model</u>	139
<u>Lampiran 14. <i>Output</i> Pengujian Hipotesis</u>	141
<u>Lampiran 15. <i>Output Indirect Effects</i></u>	144
<u>Lampiran 16. Data Responden Final</u>	145
<u>Lampiran 17. Daftar Riwayat Hidup</u>	155
<u>Lampiran 18. Hasil Pindai Uji Kemiripan Naskah</u>	156