

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	11
C. Pembatasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Kegunaan Penelitian	14

BAB II KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual.....	16
1. <i>Repurchase Intention</i>	16
2. <i>Trust</i> (Kepercayaan)	21
3. <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	27
4. <i>Security</i> (Keamanan)	31
B. Hasil Penelitian yang Relevan	35
C. Kerangka Teoretik	50
D. Perumusan Hipotesis Penelitian	53

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian	54
B. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian	55
C. Metode Penelitian	56

D. Populasi dan Sampel.....	57
1. Populasi	57
2. Sampel	57
E. Teknik Pengumpulan Data	60
1. Variabel Penelitian dan Pengukurannya.....	60
2. Variabel Dependen	61
3. Variabel Independen.....	61
4. Variabel Intervening	62
5. Operasionalisasi Variabel	62
6. Skala Pengukuran	66
F. Teknik Analisis Data	67
1. Teknik <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM).....	69
2. Uji Instrumen.....	69
a. Uji Validitas	69
b. Uji Reliabilitas	70
3. Uji Kesesuaian Model	71
a. Interpretasi dan Modifikasi Model.....	74
4. Pengujian Hipotesis	75
a. Uji t-statistik.....	75
b. Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total	75
5. Hasil <i>Pilot Study</i>	76
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Data	88
1. Deskripsi Karakteristik Responden	88
a. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	88
b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	89
c. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	90
d. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	91
e. Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja	92

2. Deskripsi Data Variabel.....	94
a. Analisis Deskripsi Kepuasan Pelanggan (X_1).....	94
b. Analisis Deskripsi Keamanan (X_2)	99
c. Analisis Deskripsi Kepercayaan (Y).....	102
d. Analisis Deskripsi Minat Membeli Kembali (Z)	106
B. Hasil <i>Confirmatory Factor Analysis</i>	110
1. <i>Second Order Construct</i>	110
a. Kepuasan Pelanggan (X_1)	111
b. Keamanan (X_2).....	112
c. Kepercayaan (Y)	114
d. Minat Membeli Kembali (Z).....	115
C. Pengujian Hipotesis	117
1. <i>Full Model SEM</i>	117
2. <i>Fit Model SEM</i>	120
3. Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	125
4. Hasil Pengujian Hipotesis.....	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	130
B. Implikasi Manajerial	133
C. Saran	135
1. Penelitian Selanjutnya	135
2. Perusahaan Toko <i>Online</i> Elevenia.....	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel I.1 Data Status Hukum <i>E-Commerce</i> ASEAN	4
Tabel I.2 Data <i>Feedback</i> Konsumen Elevenia di <i>Trusted Company</i>	6
Tabel I.3 Data <i>Feedback</i> Konsumen Elevenia di Kompasiana	8
Tabel II.1 Matriks Penelitian Terdahulu	48
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian	62
Tabel III.2 Bobot Skala Likert	66
Tabel III.3 <i>Goodness of Fit Indices</i>	74
Tabel III.4 Jenis Kelamin Responden yang Berbelanja <i>Online</i>	77
Tabel III.5 Usia Responden yang Berbelanja <i>Online</i>	78
Tabel III.6 Pekerjaan Responden yang Berbelanja <i>Online</i>	78
Tabel III.7 Pendapatan Responden yang Berbelanja <i>Online</i>	79
Tabel III.8 Pengeluaran Responden yang Berbelanja <i>Online</i>	79
Tabel III.9 <i>KMO and Barlett's Test Variabel Customer Satisfaction</i>	80
Tabel III.10 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	81
Tabel III.11 <i>KMO and Barlett's Test Variabel Security</i>	82
Tabel III.12 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Security</i>	83
Tabel III.13 <i>KMO and Barlett's Test Variabel Trust</i>	84
Tabel III.14 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Trust</i>	85
Tabel III.15 <i>KMO and Barlett's Test Variabel Repurchase Intention</i>	85
Tabel III.16 Pernyataan dan <i>Factor Loading</i> Variabel <i>Repurchase Intention</i>	86
Tabel IV.1 Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Pelanggan	95
Tabel IV.2 Analisis Deskriptif Variabel Keamanan	99
Tabel IV.3 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan	102
Tabel IV.4 Analisis Deskriptif Variabel Minat Membeli Kembali	106
Tabel IV.6 <i>Second Order</i> Kepuasan Pelanggan	111
Tabel IV.7 <i>Second Order</i> Keamanan	113
Tabel IV.8 <i>Second Order</i> Kepercayaan	114

Tabel IV.9 <i>Second Order</i> Minat Membeli Kembali	116
Tabel IV.10 <i>Modification Indices Full Model SEM</i>	119
Tabel IV.11 <i>Fit Model SEM</i>	121
Tabel IV.12 Indikator pada <i>Fit Model</i>	123
Tabel IV.13 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	125
Tabel IV.14 Model Persamaan Struktural	127
Tabel V.1 Hasil Pengujian Hipotesis	131

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar I.1 Grafik Penjualan <i>E-Commerce</i> di Indonesia.....	2
Gambar I.2 Data Situs <i>E-Commerce</i> Favorit di Indonesia.....	6
Gambar I.3 Hasil Pra-Riset Minat Konsumen untuk Berbelanja Kembali	11
Gambar II.1 Model Penelitian.....	52
Gambar III.1 Konseptual Diagram <i>Full Model</i>	68
Gambar IV.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	89
Gambar IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
Gambar IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	90
Gambar IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	92
Gambar IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Belanja	93
Gambar IV.6 Model <i>Second Order</i> Kepuasan Pelanggan.....	111
Gambar IV.7 Model <i>Second Order</i> Keamanan	112
Gambar IV.8 Model <i>Second Order</i> Kepercayaan	114
Gambar IV.9 Model <i>Second Order</i> Minat Membeli Kembali.....	115
Gambar IV.10 <i>Full Model SEM</i>	117
Gambar IV.11 <i>T-Values Full Model</i>	118
Gambar IV.12 <i>Fit Model SEM</i>	120
Gambar IV.13 <i>T-Values Fit Model</i>	126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian
Lampiran 2	Hasil Output Uji Validitas
Lampiran 3	Hasil Output Uji Reliabilitas
Lampiran 4	Hasil <i>Goodness Of Fit</i>
Lampiran 5	Syntax Lisrel
Lampiran 6	Output Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung
Lampiran 7	<i>Standardized Total Effects</i>
Lampiran 8	<i>Structural Equations</i>
Lampiran 9	Window Awal Lisrel

