

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN ORISINALITAS	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN TEORITIK	17
2.1 Kajian Pustaka.....	17
2.1.1 Manfaat yang Dirasakan (<i>Perceived Usefulness</i>).....	17
2.1.2 Kualitas Layanan Online (<i>E-Service Quality</i>).....	19
2.1.3 Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>).....	22
2.1.4 Minat Pembelian Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	25
2.2 <i>Review</i> Penelitian Relevan.....	26
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
2.4 Perumusan Hipotesis.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	44
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Penentuan Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.1 Sampel.....	45
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	47

3.5	Operasionalisasi Variabel	49
3.5.1	Variabel Independen	49
3.5.2	Variabel Dependen	52
3.5.3	Variabel <i>Intervening</i>	53
3.6	Skala Pengukuran	54
3.7	Teknik Analisis Data	54
3.7.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	55
3.7.2	Analisis Deskriptif	58
3.7.3	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	58
3.7.4	Kesesuaian Model	59
3.7.5	Uji Hipotesis	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Deskripsi Data	63
4.2	Hasil Analisis Data	65
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.2.2	Analisis Deskriptif	68
4.2.3	Confirmatory Factor Analysis	76
4.3	Uji Hipotesis	86
4.3.1	Uji Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	86
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Implikasi	94
5.3	Saran	97
5.3.1	Saran Praktis	97
5.3.2	Saran Teoritis	98
DAFTAR PUSTAKA		100
RIWAYAT HIDUP PENULIS		137