

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	10
<b>BAB II KAJIAN TEORITIK</b> .....	<b>11</b>
A. Kajian Pustaka .....	11
1. Kualitas <i>Website</i> ( <i>Website Quality</i> ) .....	11
2. Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	13
3. Kepuasan Pelanggan ( <i>Customer Satisfaction</i> ).....	15
4. Minat Pembelian Ulang ( <i>Repurchase Intention</i> ) .....	16
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	19
C. Kerangka Pemikiran .....	24
D. Model Pemikiran .....	26
E. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>30</b>
A. Objek dan Ruang Lingkup Penelitian .....	30
1. Objek Penelitian.....	30
2. Tempat Penelitian .....	30
3. Waktu Penelitian.....	30
B. Metode Penelitian.....	30

C.	Operasional Variabel Penelitian .....	32
D.	Metode Pengumpulan Data .....	34
1.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
2.	Skala Pengukuran .....	35
E.	Teknik Populasi dan Sampel .....	35
1.	Populasi.....	35
2.	Sampel .....	36
F.	Metode Analisis .....	38
1.	Structural Equation Modelling (SEM).....	38
2.	Kriteria Goodness-of-Fit.....	39
3.	Pengujian Hipotesis .....	42
4.	Uji Validitas .....	42
5.	Uji reliabilitas .....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>45</b>
A.	Deskripsi Data .....	45
B.	Hasil Analisis Data .....	49
1.	Analisis Deskriptif .....	49
2.	Uji Validitas .....	52
3.	Uji Reliabilitas .....	57
4.	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> .....	57
5.	<i>Uji Full Model</i> .....	62
6.	<i>Uji Fit Model</i> .....	64
7.	Uji Hipotesis .....	67
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>72</b>
A.	Kesimpulan.....	72
B.	Implikasi .....	74
C.	Saran .....	75
1.	Saran Praktis .....	75
2.	Saran Teoritis .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>76</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>78</b>

## DAFTAR TABEL

<b>No. Tabel</b>	<b>Judul Tabel</b>	<b>Halaman</b>
Tabel I.1	Hasil Wawancara <i>Sampling</i> Konsumen	9
Tabel II.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu	25
Tabel II.2	Tabel Hipotesis	30
Tabel III.1	Tabel Operasional Variabel Kualitas <i>Website</i>	34
Tabel III.2	Tabel Operasional Variabel Kepercayaan	35
Tabel III.3	Tabel Operasional Variabel Kepuasan Pelanggan	36
Tabel III.4	Tabel Operasional Variabel Minat Pembelian Ulang	36
Tabel III.5	<i>Goodness-of-Fit Indices</i>	43
Tabel IV.1	Konfirmasi Telah Melakukan Transaksi Lebih dari Dua Kali	45
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	46
Tabel IV.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	47
Tabel IV.5	Tabulasi Silang Jenis Kelamin & Usia	47
Tabel IV.6	Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Status Pekerjaan	48
Tabel IV.7	Tabulasi Silang Usia & Status Pekerjaan	48
Tabel IV.8	Tabel Variabel Kualitas <i>Website</i>	49
Tabel IV.9	Tabel Variabel Kepercayaan	50
Tabel IV.10	Tabel Variabel Kepuasan Pelanggan	51
Tabel IV.11	Tabel Variabel Minat Pembelian Ulang	52
Tabel IV.12	KMO and Bartlett's Test	53
Tabel IV.13	Analisis Faktor Kualitas <i>Website</i>	53
Tabel IV.14	KMO and Bartlett's Test	54

Tabel IV.15	Analisis Faktor Variabel Kepercayaan	54
Tabel IV.16	KMO and Bartlett's Test	55
Tabel IV.17	Analisis Faktor Variabel Kepuasan Pelanggan	55
Tabel IV.18	KMO and Bartlett's Test	56
Tabel IV.19	Analisis Faktor Variabel Minat Pembelian Ulang	56
Tabel IV.20	Hasil Analisis Reliabilitas	57
Tabel IV.21	Hasil Uji <i>Fit</i> Kualitas <i>Website</i>	58
Tabel IV.22	Hasil Uji <i>Fit</i> Kepercayaan	59
Tabel IV.23	Hasil Uji <i>Fit</i> Kepuasan Pelanggan	60
Tabel IV.24	Hasil Uji <i>Fit</i> Minat Pembelian Ulang	61
Tabel IV.25	Hasil Uji <i>Full Model</i>	63
Tabel IV.26	Hasil Uji <i>Fit Model</i>	64
Tabel IV.27	Pernyataan Indikator <i>Fit Model</i>	66
Tabel IV.28	Parameter <i>Regression Weight Model</i>	67
Tabel IV.29	<i>Fitted Model Results</i>	68

## DAFTAR GAMBAR

<b>No. Gambar</b>	<b>Judul Gambar</b>	<b>Halaman</b>
Gambar I.1	Jumlah <i>Online Shopper</i> di Indonesia	2
Gambar I.2	Pertumbuhan <i>Digital Buyers</i> di Indonesia	3
Gambar I.3	Pertumbuhan <i>E-Commerce</i> di Indonesia	4
Gambar I.4	Statistik Peringkat Aplikasi <i>Mobile E-commerce</i> di Indonesia	5
Gambar I.5	Keluhan yang Disampaikan Konsumen	7
Gambar II.1	Kerangka Pemikiran	26
Gambar IV.1	Model Kualitas <i>Website</i>	58
Gambar IV.2	Model Kepercayaan	59
Gambar IV.3	Model Kepuasan Pelanggan	61
Gambar IV.4	Model Minat Pembelian Ulang	62
Gambar IV.5	<i>Full Model</i>	63
Gambar IV.6	<i>Fit Model</i>	64

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>No. Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>	<b>Halaman</b>
<b>Lampiran 1</b>	Kuesioner Penelitian	78
<b>Lampiran 2</b>	Hasil Validitas & Reliabilitas	83
<b>Lampiran 3</b>	Hasil CFA	90
<b>Lampiran 4</b>	Hasil <i>Fitted Model</i>	94