

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II LANDASAN TEORI	5
2.1 Teori Terkait Variabel Penelitian	5
2.1.1 Niat Beli Ulang	5
2.1.1.1 Pengertian Niat Beli.....	5
2.1.1.2 Faktor yang mempengaruhi niat beli konsumen.....	5
2.1.1.3 Indikator Niat Beli	6
2.1.2 Persepsi Kemudahan.....	6
2.1.2.1 Faktor yang mempengaruhi persepsi kemudahan	7
2.1.2.2 Indikator Persepsi Kemudahan	7
2.1.3 Persepsi Keamanan	7
2.1.3.1 Indikator Persepsi Keamanan	8
2.1.4 Persepsi Manfaat.....	8
2.1.4.1 Indikator Persepsi Manfaat	8
2.1.5 Pengalaman Pelanggan	9
2.1.5.1 Faktor – faktor Pengalaman Pelanggan	9
2.1.5.2 Indikator Pengalaman Pelanggan	10
2.2 Penelitian Terdahulu	11
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	15
2.3.1 Hubungan Persepsi Kemudahan (X_1) Terhadap Niat Beli Ulang(Y)	15
2.3.2 Hubungan Persepsi Keamanan (X_2) Terhadap Niat Beli Ulang (Y).....	15
2.3.3 Hubungan Persepsi Manfaat (X_3) Terhadap Niat Beli Ulang (Y).....	16

2.3.4	Hubungan Pengalaman Pelanggan (X_4) Terhadap Niat Beli Ulang(Y)	16
2.4	Hipotesis	17
2.5	Model Penelitian	17
BAB III METODE PENELITIAN		18
3.1	Desain Penelitian	18
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	18
3.2.1	Jenis Data.....	18
3.2.2	Sumber Data	18
3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	19
3.3.1	Populasi	19
3.3.2	Sampel	19
3.3.3	Teknik Pengambilan Sample	20
3.5	Unit Analisis	20
3.5	Definisi Operasional Variabel	20
3.5.1	Variabel Dependen (Y).....	21
3.5.1.1	Niat Beli Ulang Konsumen (Y)	21
3.5.2	Variabel Independen (X)	21
3.5.3	Persepsi Kemudahan (X_1)	21
3.5.2.2	Persepsi Keamanan (X_2).....	22
3.5.2.3	Persepsi Manfaat (X_3).....	23
3.5.2.4	Pengalaman Pelanggan (X_3)	23
3.6	Teknik Analisis Data	24
3.6.1	Uji Validitas.....	24
3.6.2	Uji Reliabilitas	25
3.6.3	Regresi Linear Berganda	26
3.6.3.1	Uji F.....	27
3.6.3.2	Uji t.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN.....		28
4.1	Hasil Penelitian.....	28
4.1.1	Identitas Responden.....	28
4.2	Hasil Uji Instrumen.....	30
4.2.1	Uji Validitas.....	30
4.2.2	Uji Reliabilitas	35
4.3	Hasil Deskriptif Statistik	35
4.4	Uji Hipotesis	42
4.4.1.1	Analisis Regresi Linear Berganda Model Penelitian.....	42
4.4.1.2	Uji F.....	42
4.4.1.3	Uji t.....	43

4.4.1.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	45
BAB V PEMBAHASAN	47
5.1. Pengaruh Persepsi Kemudahan (X_1) Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen (Y)	47
5.2. Pengaruh Persepsi Keamanan (X_2) Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen (Y)	47
5.3. Pengaruh Persepsi Manfaat (X_3) Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen (Y)	48
5.4. Pengaruh Pengalaman Pelanggan (X_4) Terhadap Niat Beli Ulang Konsumen (Y)	48
5.5 Temuan Penelitian	48
5.6 Keterbatasan Penelitian	49
BAB VI PENUTUP.....	50
6.1 Kesimpulan.....	50
6.2. Saran	50
6.3 Implikasi Penelitian	51
DAFTAR REFERENSI	52
LAMPIRAN.....	54

DAFTAR TABEL

No. Nama Tabel	Halaman
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	11
3.1 Tabel Pengukuran Skala Likert	19
3.2 Tabel Operasional Variabel Niat	21
3.3 Tabel Operasional Variabel Persepsi Kemudahan	22
3.4 Tabel Operasional Persepsi Keamanan	22
3.5 Tabel Operasional Variabel Persepsi Manfaat	23
3.6 Tabel Operasional Variabel Pengalaman Pelanggan	24
3.7 Tabel Nilai Alpha Cronbach	25
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	28
4.2 Responden Berdasarkan Lamanya Waktu Menggunakan Aplikasi Shopee	29
4.3 Responden Berdasarkan Jenis Produk yang Dibeli	29
4.4 Responden Berdasarkan Rata-Rata Pembelian dalam 1 Bulan	30
4.5 Uji Validitas Persepsi Kemudahan	31
4.6 Uji Validitas Persepsi Keamanan	31
4.7 Uji Validitas Persepsi Manfaat	32
4.8 Uji Validitas Pengalaman Pelanggan	33
4.9 Uji Validitas Niat Beli Ulang Konsumen	34
4.10 Hasil Uji Reliabilitas 5 Variabel Penelitian	35
4.11 Skala Pengukuran Nilai Indeks	36
4.12 Statistik Deskriptif Persepsi Kemudahan	37
4.13 Statistik Deskriptif Persepsi Keamanan	38
4.14 Statistik Deskriptif Persepsi Manfaat	39
4.15 Statistik Deskriptif Persepsi Pengalaman Pelanggan	40
4.16 Statistik Deskriptif Persepsi Niat Beli Ulang Konsumen	41
4.17 Hasil Uji F	42
4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	44
4.19 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	45

DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Gambar	Halaman
1.1	Gambar Model 1	2
2.1	Gambar Model Penelitian	17

DAFTAR LAMPIRAN

No.	Nama Lampiran	Halaman
1	Kuesioner Penelitian	54
2	Data Karakteristik 30 Responden.....	59
3	Uji Validitas dan Reliabilitas	67
4	Data Tabulasi 200 Responden.....	77
5	Regresi Linear Berganda.....	97