

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
UCAPAN TERIMA KASIH	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	8
1.4 Rumusan Masalah.....	8
1.5 Tujuan Penelitian	9
1.6 Manfaat Penelitian	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Teori Perilaku Konsumen.....	11
2.2 Niat Beli Ulang Secara <i>Online (Online Repurchase Intention)</i>	13
2.3 Kepuasan Pelanggan Elektronik (<i>E-Customer Satisfaction</i>).....	16
2.4 Kualitas Pelayanan Elektronik (<i>E-Service Quality</i>)	18
2.5 Kepercayaan Elektronik (<i>E-Trust</i>).....	20
2.6 Pengalaman Pembelian Secara Online Sebelumnya (<i>Prior Online Purchase Experience</i>).....	23
2.7 Penelitian Terdahulu.....	26
2.8 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.9 Hipotesis Penelitian	35
2.10 Model Penelitian.....	37

BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Desain Penelitian	38
3.2 Jenis dan Sumber Data	38
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	40
3.4 Unit Analisis Data	42
3.5 Definisi Operasional Variabel	42
3.6 Uji Instrumen	46
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.8 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	52
BAB IV HASIL PENELITIAN	57
4.1 Karakteristik Responden.....	57
4.2 Teknik Analisis Data	60
4.3 Analisis Deskriptif.....	67
4.4 Uji Asumsi Klasik	73
4.5 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	76
BAB V PEMBAHASAN.....	94
5.1 Analisis Pembahasan Penelitian	94
5.2 Temuan Penelitian	102
5.3 Keterbatasan Penelitian	103
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	104
6.1 Kesimpulan.....	104
6.2 Saran	105
6.3 Implikasi Penelitian	106
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	111