

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
<i>ABSTRACT</i>	vii
ABSTRAK.....	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Pengembangan Hipotesis	11
2.1.1 Minat Beli Ulang.....	11
2.1.2 Kepercayaan	14
2.1.3 Kualitas Layanan.....	16

2.1.4	Kepuasan Pelanggan.....	18
2.2	Pengembangan Model Empirik.....	22
2.2.1	Hubungan Kepercayaan terhadap Kepuasan.....	22
2.2.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan	23
2.2.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang	24
2.2.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang	25
2.2.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang...	26
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis	28
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Populasi dan Sampel	29
3.3	Sumber data dan Jenis Data	31
3.4	Metode Pengumpulan Data	31
3.5	Variabel dan Indikator.....	33
3.6	Teknis Analisis.....	34
3.7	Uji Validitas	34
3.7.1	Uji Reabilitas.....	34
3.7.2	Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3	Uji Hipotesis.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1	Deskripsi Responden	41
4.2	Statistik Deskripsi Variabel	43
4.2.1	Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	44

4.2.2	Statistik Deskriptif Variabel Kualitas layanan.....	45
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan pelanggan.....	46
4.2.4	Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	47
4.3	Uji Instrumen.....	48
4.3.1	Uji Validitas.....	48
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	49
4.4	Uji Asumsi klasik.....	49
4.4.1	Uji Multikolinieritas.....	49
4.4.2	Uji Heterokedastisitas.....	50
4.4.3	Uji Normalitas.....	51
4.5	Path Analysis.....	52
4.6	Pengujian Hipotesis.....	52
4.6.1	Koefisien Determinasi.....	52
4.6.2	Uji F (Uji Model).....	53
4.6.3	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t).....	54
4.7	Uji Sobel.....	56
4.7.1	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.....	56
4.7.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.....	57
4.8	Strategi Peningkatan Minat Beli Ulang.....	58
4.8.1	Strategi Peningkatan Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.....	58

4.8.2	Strategi Peningkatan Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang melalui Kepuasan Pelanggan.....	58
4.9	Pembahasan.....	59
4.9.1	Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
4.9.2	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan...	59
4.9.3	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang	60
4.9.4	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Minat Beli Ulang	60
4.9.5	Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang...	60
BAB V PENUTUP.....		62
5.1	Simpulan.....	62
5.2	Implikasi Manajerial	63
5.3	Saran.....	63
5.4	Keterbatasan Penelitian	64
5.5	Agenda Penelitian Mendatang	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN.....		71

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator	33
Tabel 4. 1 Demografi Responden.....	41
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif Variabel Kepercayaan.....	44
Tabel 4. 3 Statistik Deskriptif Variabel Kualitas layanan.....	45
Tabel 4. 4 Statistik Deskriptif Variabel Kepuasan pelanggan	46
Tabel 4. 5 Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang.....	47
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Data	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 8 Uji Multikolinearitas	50
Tabel 4. 9 Uji Heteroskedastisitas (Model 2).....	51
Tabel 4. 10 Uji Kolmogorov Smirnov	51
Tabel 4. 11 Uji Signifikansi Regresi	52
Tabel 4. 12 Koefisien Determinasi	53
Tabel 4. 13 Uji F (Model 1)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Presentase pertumbuhan <i>e-commerce</i> di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Model Empirik	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner penelitian.....	73
Lampiran 2: Tabulasi Data.....	78
Lampiran 3: Hasil Olah Data	86