

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAK.....	x
INTISARI.....	xi
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
• Aspek Teoritis	6
• Aspek Praktis.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 <i>Mobile dependence</i>	8
2.2 <i>Predisposition to comply with mobile device input</i>	8
2.3 <i>Mobile search</i>	9
2.4 <i>Perceived control</i>	9
2.5 <i>Repurchase intention</i>	10
2.6 <i>Mobile dependence dan mobile search</i>	10
2.7 <i>Predisposition to comply with mobile device input dan mobile search</i>	11

2.8 <i>Mobile search</i> dan <i>perceived control</i>	12
2.9 <i>Mobile search</i> dan <i>repurchase intention</i>	12
3.0 <i>perceived control</i> , <i>mobile search</i> dan <i>repurchase intention</i>	13
BAB III METODE PENELITIAN	15
3.1 Jenis Penelitian	15
3.2 Populasi dan Sampel	15
3.3 Sumber dan Jenis Data	16
a. Data Primer	16
b. Data Sekunder	17
3.4 Metode Pengumpulan Data	17
3.5 Variabel dan Indikator	18
3.6 Teknik Analisis.....	19
3.7 Teknik Pengumpulan Sampel.....	20
1. Uji Instrumen.....	20
2. Uji Asumsi Klasik	21
3. Uji Hipotesis	23
4. Pengujian Hipotesis	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden	26
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian	29
4.2.1 Deskripsi Variabel <i>Mobile Dependence</i> (X_1).....	30
4.2.2 Deskripsi Variabel <i>Predisposition to comply with mobile device input</i> (X_2)	31
4.2.3 Deskripsi Variabel <i>Mobile Search</i> (Y_1)	32
4.2.4 Deskripsi Variabel <i>Perceived Control</i> (Y_2)	33
4.2.5 Deskripsi Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y_3).....	34
4.3 Uji Instrumen.....	35
4.3.1 Uji Validitas	35
4.3.2 Uji Reliabilitas.....	37
4.4 Uji Asumsi Klasik	38
4.4.1 Uji Normalitas	38

4.4.2 Uji Multikolinieritas	39
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	41
4.5 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	42
4.5.1 Uji Kelayakan Model	42
4.5.2 Uji Hipotesis.....	45
4.6 Pembahasan	46
4.6.1 Pengaruh <i>mobile dependence</i> terhadap <i>mobile search</i>	46
4.6.2 Pengaruh <i>predisposition to comply with mobile device input</i> terhadap <i>mobile search</i>	46
4.6.3 Pengaruh <i>mobile search</i> terhadap <i>perceived control</i>	47
4.6.4 Pengaruh <i>mobile search</i> terhadap <i>repurchase intention</i>	47
4.6.5 Pengaruh <i>perceived control</i> terhadap <i>repurchase intention</i>	48
4.7 Uji Koefisien Determinasi	48
BAB V PENUTUP.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Implikasi Manajerial.....	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	53
5.4 Agenda Penelitian Mendatang.....	53
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia 2019	1
Tabel 1.2 Proyeksi Pertumbuhan Pengguna Online Shop	2
Tabel 3.1 Variabel dan Indikator	19
Tabel 4.1 Hasil Karakteristik Responden.....	26
Tabel 4.2 Nilai indeks jawaban responden variabel <i>mobile dependence</i>	30
Tabel 4.3 Nilai indeks jawaban responden variabel <i>predisposition to comply with mobile device input</i>	31
Tabel 4.4 Nilai indeks jawaban responden variabel <i>mobile search</i>	32
Tabel 4.5 Nilai indeks jawaban responden variabel <i>perceived control</i>	33
Tabel 4.6 Nilai indeks jawaban responden variabel <i>repurchase intention</i>	34
Tabel 4. 7 Uji Validitas	35
Tabel 4.8 Uji Reliabilitas Variabel.....	37
Tabel 4.9 Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	38
Tabel 4.10 Uji Multikolinieritas.....	40
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	41
Tabel 4.12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	42
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis	45
Tabel 4.14 Uji Koefisien Determinasi	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kerangka Penelitian Empirik..... 14

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	60
Lampiran 2. Hasil Olah Data SPSS.....	65