

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
PERSEMBAHAN DAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK.....	xxvii
ABTRACT	xxviii
INTISARI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSAKA	8
2.1 Pengalaman Konsumen Online.....	8
2.1.1 Indikator Pengalaman Konsumen Online	9
2.2 Pengelolaan Hubungan Pelanggan.....	10
2.2.1 Indikator Pengelolaan Hubungan Pelanggan.....	11

2.3 Kepercayaan.....	11
2.3.1 Dimensi Kepercayaan	12
2.3.2 Indikator Kepercayaan.....	13
2.4 Minat Beli Ulang.....	14
2.4.1 Indikator minat beli ulang.	14
2.5 Hubungan Antar Variabel	15
2.5.1 Pengaruh pengalaman konsumen online terhadap kepercayaan.	15
2.5.2 Pengaruh pengelolaan hubungan pelanggan terhadap kepercayaan.	16
2.5.3 Pengaruh antara pengalaman konsumen online terhadap minat beli ulang.....	16
2.5.4 Pengaruh antara pengelolaan hubungan pelanggan terhadap minat beli ulang.....	117
2.5.5 Pengaruh antara Kepercayaan terhadap minat beli ulang	18
2.6 Kerangka Berfikir	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	21
3.1 Jenis Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel.....	21
3.3 Metode Penelitian	23
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.5 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	24
3.6 Teknik Analisis data	26

3.7 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.8 Analisis Regresi Berganda.....	28
3.9 Pengujian Hipotesis	29
3.10 Uji Sobel	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	31
4.2 Deskripsi Variabel Penelitian.	32
4.2.1 Deskripsi Variabel Pengalaman Konsumen Online.....	33
4.2.2 Deskripsi Variabel Pengelolaan Hubungan Pelanggan	35
4.2.3 Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Kepercayaan	36
4.2.4 Gambaran Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Ulang	38
4.3 Teknik Analisis Data Penelitian.....	39
4.3.1 Uji Validitas	39
4.3.2 Uji Reliabilitas	41
4.4 Uji kuantitatif.....	41
4.4.1 Uji Asumsi Klasik	41
4.4.2 Analisis Regresi Berganda	44
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi.....	46
4.4.4 Uji simultan (Uji F)	47
4.4.5 Uji Parameter Individual (Uji T).....	48
4.4.5 Uji Sobel.....	50
4.5 Pembahasan.....	53

4.5.1 Pengaruh Pengalaman Konsumen Online terhadap Kepercayaan	53
4.5.2 Pengaruh Pengelolaan hubungan pelanggan terhadap kepercayaan	55
4.5.3 Pengaruh pengalaman konsumen online terhadap minat beli ulang.	56
4.5.4 Pengaruh pengelolaan hubungan pelanggan terhadap minat beli ulang	57
4.5.5 Pengaruh kepercayaan terhadap minat beli ulang.....	58
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Kesimpulan	60
5.2 Saran	61
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	62
DAFTAR PUSAKA.....	63
LAMPIRAN.....	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pengunjung <i>E-Commerce</i> Tahun 2018	2
Tabel 4. 1 Identitas Responden	31
Tabel 4. 2 Tanggapan responden mengenai pengalaman konsumen online	34
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pengelolaan Hubungan Pelanggan	35
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	37
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli Ulang	38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabelitas	41
Tabel 4. 8 Uji Multikolonieritas.....	43
Tabel 4. 9 Uji Regresi Berganda.....	45
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi	46
Tabel 4. 11 Uji Statistik F	447

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	20
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas.....	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas	44
Gambar 4. 3 Hasil Uji Sobel Test 1	51
Gambar 4. 4 Uji Sobel Test 2.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Edaran	67
Lampiran 2: Kuesioner.....	68
Lampiran 3: Tabulasi Kuesioner.....	71
Lampiran 4: Analisis Deskriptive	76
Lampiran 5: Uji Validitas.....	81
Lampiran 6: Uji Reliabelitas	84
Lampiran 7 : Uji Normalitas	85
Lampiran 8: Uji Multikolonieritas	87
Lampiran 9: Uji Heterokedasitas	88
Lampiran 10: Regressions.....	89