

DAFTAR ISI

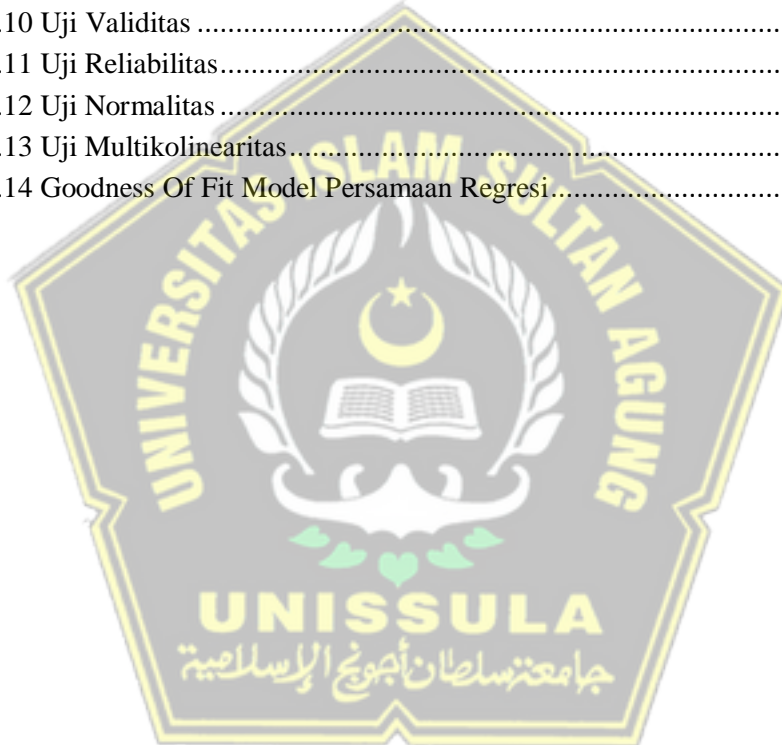
HALAMAN JUDUL	Si
HALAMAN PENGESAHAN	ii
Usulan Penelitian untuk Skripsi	ii
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	x
INTISARI	xi
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Praktis	8
1.4.2 Manfaat Peneliti	8
BAB II	9
KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 E-WOM.....	9
2.1.1.1 Indikator E-WOM.....	10
2.1.2 <i>Website Quality</i>	11
2.1.2.1 Indikator <i>Website Quality</i>	12
2.1.3 Trust.....	13
2.1.3.1 Indikator Trust	14
2.1.4 <i>Repurchase Intention</i>	15
2.1.4.1 Indikator <i>Repurchase Intention</i>	16

2.2 Hubungan Antar Variable	17
2.2.1 Hubungan E-WOM terhadap kepercayaan.....	17
2.2.2 Hubungan kualitas website terhadap kepercayaan	17
2.2.3 Hubungan E-WOM terhadap niat beli ulang.....	18
2.2.4 Hubungan kualitas website terhadap niat beli ulang.....	19
2.2.5 Hubungan kepercayaan terhadap niat beli ulang	20
2.3 Kerangka Konseptual	21
BAB III	22
METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Populasi dan Sampel.....	22
3.3 Sumber dan Jenis Data.....	24
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	24
3.5 Variabel dan Indikator.....	25
3.6 Teknik Analisis Data.....	26
3.6.1 Uji Instrumen.....	26
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	27
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda.....	28
3.6.4 Uji T.....	29
3.6.5 Uji F.....	29
3.6.6 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	30
3.6.7 Uji Sobel.....	30
BAB IV	32
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	32
4.2 Deskripsi Responden	33
4.2.1 Usia Responden.....	33
4.2.2 Jenis Kelamin Responden	33
4.2.3 Pekerjaan Responden.....	34
4.2.4 Alasan Menggunakan Zalora.....	34
4.2.5 Intensitas Penggunaan Zalora.....	35
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian.....	36
4.3.1 Statistik Deskriptif E-WOM (<i>Electronic Word Of Mouth</i>).....	37

4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Website Quality</i>	38
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Trust</i>	39
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel <i>Repurchase Intention</i>	40
4.4 Uji Instrumen	41
4.4.1 Uji Validitas	41
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	42
4.5 Uji Asumsi Klasik	43
4.5.1 Uji Normalitas	43
4.5.2 Uji Multikolinearitas.....	44
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	44
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	45
4.7 Uji T	46
4.8 Uji F.....	48
4.9 Koefisien Determinasi (R^2).....	49
4.10 Uji Sobel	50
4.11 Pembahasan.....	51
4.11.1 Pengaruh E-WOM terhadap Kepercayaan	51
4.11.2 Pengaruh Kualitas Website terhadap Kepercayaan	52
4.11.3 Pengaruh E-WOM terhadap Niat Beli Ulang	53
4.11.4 Pengaruh Kualitas Website terhadap Niat Beli Ulang	54
4.11.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Niat Beli Ulang	55
BAB V.....	57
PENUTUP	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Implikasi Manajerial.....	59
5.3 Keterbatasan Penelitian	60
5.4 Agenda Peneliti Mendatang	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	65

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Presentase Data Situs Jual Beli Online Terbesar di Indonesia 2015.....	5
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Indikator.....	25
Tabel 4.1Usia Responden.....	33
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	33
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	34
Tabel 4.4 Alasan Menggunakan Zalora.....	34
Tabel 4.5 Intensitas Pengguna Zalora	35
Tabel 4.6 Nilai Indeks Variabel E-WOM.....	37
Tabel 4.7 Nilai Indeks Variabel <i>Website Quality</i>	38
Tabel 4.8 Nilai Indeks Variabel <i>Trust</i>	39
Tabel 4.9 Nilai Indeks Vriabel <i>Repurchase Intention</i>	40
Tabel 4.10 Uji Validitas	41
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas.....	42
Tabel 4.12 Uji Normalitas	44
Tabel 4.13 Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.14 Goodness Of Fit Model Persamaan Regresi.....	49



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Penelitian	21
Gambar 4.1 Pengujian Normalitas dengan Grafik Scatterplot.....	43
Gambar 4.2 Pengujian Heteroskedastisitas dengan Grafik Scatterplot	45
Gambar 4.3 Nilai Koefisien Regresi	48
Gambar 4.4 Hasil Uji Sobel Model 1	50
Gambar 4.5 Hasil Uji Sobel Model 2.....	51



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	66
Lampiran 2. Tabulasi Data	68
Lampiran 3. Uji Validitas	74
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	76
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik	79
Lampiran 6. Uji Regresi Linear Berganda	82
Lampiran 7. Uji Sobel	84

