

DAFTAR ISI

SERTIFIKASI.....	ii
PENGESAHAN TESIS.....	ii
<i>ABSTRACT</i>	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Kegunaan penelitian	11
1.5 Asumsi-Asumsi Penting	12
1.6 Outline Tesis.....	12
BAB II TELAAH PUSTAKA	14
2.1 Telaah Pustaka	14
2.1.1 <i>Technology Acceptance Model (TAM)</i>	14
2.1.2 <i>E-commerce</i>	15
2.1.3 <i>E-marketplace</i>	16
2.1.4 Kemudahan Penggunaan.....	17
2.1.5 Pengalaman Berbelanja.....	18
2.1.6 Kepuasan Konsumen	20
2.1.7 Niat Beli Kembali (<i>Repurchase Intention</i>)	22
2.2 Hubungan Antar Variabel Penelitian.....	23
2.2.1 Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen	23
2.2.2 Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Kembali (<i>Repurchase Intention</i>)	24
2.2.3 Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepuasan Konsumen	25

2.2.4	Pengalaman Berbelanja Terhadap Niat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	26
2.2.5	Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	26
2.3	Model Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN		29
3.1	Rancangan Penelitian.....	29
3.1.1	Pendekatan Penelitian	29
3.1.2	Jenis Penelitian	30
3.2	Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.2.1	Populasi.....	30
3.2.2	Sampel Penelitian	31
3.3	Sumber Data dan Definisi Operasional Variabel.....	32
3.3.1	Sumber Data	32
3.3.2	Definisi Operasional Variabel	32
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	33
3.4.1	Eksplorasi Lapangan	34
3.4.2	Studi Kepustakaan.....	34
3.5	Teknik Analisis Data	34
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Obyek Penelitian	39
4.2	Gambaran Subyek Penelitian.....	40
4.3	Lokasi Penelitian	40
4.4	Karakteristik Responden.....	41
4.4.1	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
4.4.2	Responden Berdasarkan Usia	42
4.4.3	Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
4.4.4	Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
4.4.5	Responden Berdasarkan Rata-Rata Pendapatan	44
4.4.6	Responden Berdasarkan Platform yang Digunakan	45
4.5	Uji Kelayakan Data Penelitian	46
4.5.1	Uji Validitas.....	46
4.5.2	Uji Reliabilitas	47
4.6	Analisis Structural Equation Model (SEM).....	48
4.6.1	Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>)..	48
4.6.1.1	Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen	48
4.6.2	Uji SEM Pada Kelayakan Full Model	56
4.7	Uji Construct Validity.....	58
4.7.1	Uji Convergent Validity.....	58
4.7.2	Uji Construct Reliability dan Variance Extracted	60
4.8	Evaluasi Asumsi Model Struktural.....	61
4.8.1	Uji Normalitas Data	62

4.8.2	Evaluasi <i>Outliers</i>	62
4.8.3	Evaluasi <i>Multikolineeritas</i>	63
4.9	Uji Hipotesis Penelitian	64
4.10	Analisis Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Total Pengaruh.....	67
4.11	Pembahasan	69
4.11.1	Ada Pengaruh Signifikan Pengalaman Berbelanja Terhadap Niat Beli Ulang	69
4.11.2	Ada Pengaruh Signifikan Pengalaman Berbelanja Terhadap Kepuasan Konsumen	70
4.11.3	Ada Pengaruh Signifikan Kemudahan Penggunaan Terhadap Niat Beli Ulang	72
4.11.4	Ada Pengaruh Signifikan Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Beli Ulang	73
4.11.5	Ada Pengaruh Signifikan Positif Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen	74
BAB V	KESIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN.....	76
5.1	Kesimpulan Hipotesis	76
5.2	Kesimpulan Atas Masalah Peneliti.....	77
5.2.1	Pengaruh Kemudahan Penggunaan terhadap Niat Beli Kembali melalui Kepuasan Konsumen	77
5.2.2	Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Niat Beli Kembali melalui Kepuasan Konsumen	78
5.3	Implikasi Teoritis.....	79
5.4	Implikasi Manajerial	81
5.5	Keterbatasan Penelitian	83
5.6	Agenda Penelitian Kedepan.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....		85

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1	Reseach GAP..... 9
Tabel 3. 1	Tabel Definisi Operasional Variabel Penelitian..... 32
Tabel 3. 2	Model persamaan struktural 36
Tabel 3. 3	<i>Measurement Model</i> (Model Pengukuran)..... 36
Tabel 3. 4	<i>Goodness of Fit Index</i> 38
Tabel 4. 1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 42
Tabel 4. 2	Responden Berdasarkan Usia 42
Tabel 4. 3	Responden Berdasarkan Pendidikan 43
Tabel 4. 4	Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 44
Tabel 4. 5	Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan Per Bulan 45
Tabel 4. 6	Responden Berdasarkan Platfrom yang digunakan..... 46
Tabel 4. 7	Uji Validitas..... 46
Tabel 4. 8	Uji Reliabilitas..... 48
Tabel 4. 9	Uji Kelayakan Model Variabel Kemudahan Penggunaan..... 49
Tabel 4. 10	Regresion Weight Kemudahan Penggunaan 50
Tabel 4. 11	Uji Kelayakan Model Variabel Pengalaman Berbelanja..... 51
Tabel 4. 12	Regresion Weight Kemudahan Penggunaan 52
Tabel 4. 13	Uji Kelayakan Model Variabel Kepuasan Konsumen..... 53
Tabel 4. 14	Regresion Weight Kepuasan Konsumen 54
Tabel 4. 15	Uji Kelayakan Model Variabel Niat Beli Kembali 55
Tabel 4. 16	Regresion Weight Niat Beli Kembali..... 56
Tabel 4. 17	Output Analisis Uji Kelayakan Full Model..... 57
Tabel 4. 18	Standardized Regression Weights 59
Tabel 4. 19	Uji Construct Reliability dan Variance Extracted..... 60
Tabel 4. 20	Assessment Of Normalitas 62
Tabel 4. 21	Uji Outlier..... 63
Tabel 4. 22	Multikolinieritas 64

Tabel 4. 23	Regression Weights	65
Tabel 4. 24	Kesimpulan Hipotesis.....	67
Tabel 4. 25	Standardized Direct Effects	67
Tabel 4. 26	Standardized Indirect Effects	68
Tabel 4. 27	Standardized Total Effects	68
Tabel 5. 1	Implikasi Teoritis.....	79
Tabel 5. 2	Implikasi Manajerial.....	81

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Empat Top Aplikasi e-commerce di Indonesia Tahun 2021..	6
Gambar 3. 1 Pengembangan Diagram Alur	35
Gambar 4. 1 Maps Lokasi Penelitian	41
Gambar 4. 2 Uji CFA Variabel Kemudahan Penggunaan	49
Gambar 4. 3 Uji CFA Variabel Pengalaman Berbelanja	51
Gambar 4. 4 Uji CFA Variabel Kepuasan Konsumen.....	53
Gambar 4. 5 Uji CFA Variabel Niat Beli Kembali.....	55
Gambar 4. 6 Uji Full Model Penelitian.....	57
Gambar 5. 1 Kemudahan Penggunaan dapat meningkatkan Niat Beli Kembali dengan melalui Kepuasan Konsumen	77
Gambar 5. 2 Pengaruh Pengalaman Berbelanja terhadap Niat Beli Kembali dengan melalui Kepuasan Konsumen	78

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1* Curriculum Vitae
- Lampiran 2* Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 3* Tabulasi Data
- Lampiran 4* Output Software Amos