

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	i
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Sistematika Penulisan	16
BAB II	18
2.1 Landasan Teori.....	18
2.1.1 Perilaku Konsumen.....	18
2.1.1 Perdagangan Elektronik (<i>E-Commerce</i>)	23
2.1.2 <i>E-Commerce</i> OLX.co.id	30
2.1.3 Pengalaman (<i>Experience</i>)	30
2.1.4 Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>)	32
2.1.5 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	32
2.1.6 Loyalitas (<i>Loyalty</i>).....	33
2.2 Pengaruh Hubungan Antar Variabel	34
2.2.1 Pengaruh Pengalaman terhadap Kepuasan Konsumen.....	34
2.2.2 Pengaruh Pengalaman terhadap Kepercayaan	35
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas	36
2.2.5 Pengaruh Kepercayaan terhadap Loyalitas.....	36
2.2.3 Pengaruh Pengalaman terhadap Loyalitas	37

2.3 Penelitian Terdahulu	38
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	45
BAB III	46
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	46
3.1.1 Variabel Penelitian.....	46
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	47
3.2 Populasi dan Sampel	50
3.2.1 Populasi	50
3.2.2 Sampel	50
3.3 Jenis dan Sumber Data	52
3.3.1 Data Primer.....	52
3.3.2 Data Sekunder.....	52
3.4 Metode Pengumpulan Data	52
3.4.1 Studi Pustaka	52
3.4.2 Kuesioner.....	52
3.5 Metode Analisis Data.....	53
BAB IV	60
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	60
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	61
4.2 Interpretasi Hasil	64
4.2.1 Analisis Multivariat	64
4.3 Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	74
4.3.1 Ukuran Sampel	74
4.3.2 Normalitas.....	74
4.3.3 Evaluasi <i>Outlier</i>	75
4.3.4 Evaluasi Multicollinearity dan Singularity	80
4.3.5 Uji Validitas.....	81
4.3.6 Evaluasi Atas Nilai Residual	82
4.3.7 Uji <i>Realibility</i> dan <i>Variance Extracted</i>	84
4.3.8 Uji Hipotesis Penelitian	86
4.3.9 Analisis <i>Total Effects, Direct Effect</i> dan <i>Indirect Effect</i>	88

4.4	Analisis Sampel Jawaban Terbuka	90
4.5	Pembahasan.....	93
4.5.1	Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepuasan Konsumen.	93
4.5.2	Pengaruh Pengalaman Terhadap Kepercayaan.....	94
4.5.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas.	94
4.5.4	Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas.	95
4.5.5	Pengaruh Pengalaman Terhadap Loyalitas.....	95
BAB V	97
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Implikasi Manajerial	98
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	99
5.4	Saran untuk Penelitian Mendatang.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN I	106
LAMPIRAN II	113
LAMPIRAN III	121