

DAFTAR ISI

	Hal
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Kegunaan Penelitian.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	16
2.1 Landasan Teori	16
2.1.1 Minat Beli Ulang	16
2.1.2 Kepuasan Konsumen	18
2.1.3 Kualitas Situs Web.....	20
2.1.4 Nilai yang Dipersepsikan.....	22
2.1.5 Kepercayaan.....	24
2.2 Hubungan Antar Variabel	27
2.2.1 Pengaruh Kualitas Situs Web Terhadap Kepuasan.....	27
2.2.2 Nilai yang Dipersepsikan Terhadap Kepuasan.....	28
2.2.3 Pengaruh Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen	29
2.2.4 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Beli Ulang	30

2.3 Penelitian Terdahulu.....	31
2.4 Model Penelitian.....	34
2.5 Hipotesis Penelitian.....	35
BAB III	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.1.1 Variabel Penelitian.....	36
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	37
3.2 Populasi dan Sampel	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.3.1 Data Primer	41
3.3.2 Data Sekunder.....	41
3.4 Metode Pengumpulan Data	42
3.4.1 Studi Pustaka.....	42
3.4.2 Kuesioner	42
3.5 Metode Analisis Data	43
BAB IV	50
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	50
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	50
4.2 Uji Kualitas Data	54
4.2.1 Uji Validitas.....	54
4.2.2 Uji Reliabilitas	55
4.3 Analisis Multivariat.....	56
4.3.1 Pengembangan Model Teoretis	56
4.3.2 Pengembangan Diagram Jalur	57
4.3.3 Pengembangan Model Menjadi Persamaan.....	58
4.3.4 <i>Confirmactory Factor Analysis</i>	59
4.4 Evaluasi Kriteria <i>Goodness Of Fit</i>	70
4.5 Pembahasan	81
BAB V.....	83

5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Implikasi Teoritis	84
5.3 Implikasi Manajerial.....	85
5.4 Keterbatasan Penelitian	87
5.5 Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN A	94
LAMPIRAN B	102
LAMPIRAN C	107
LAMPIRAN D.....	129