

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	14
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	15
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	16
1.3 Sistematika Penulisan.....	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	23
2.1 Landasan Teori dan Penelitian Terdahulu.....	23
2.1.1 Pendekatan Teori Perilaku Konsumen.....	23
2.1.2 Teori Permintaan.....	25
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	41
2.1.4 Model Penerimaan Teknologi (TAM).....	43
2.1.5 Jasa Titip (Jastip) Via <i>E-commerce Online</i>	46
2.1.6 Penggunaan Jasa Titip (Jastip) Via Aplikasi <i>E-commerce Online</i>	48
2.2 Kerangka Konseptual.....	68
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	70
2.3.1 Semakin tinggi pendapatan konsumen, maka semakin besar kecenderungan dalam memengaruhi keputusan pembelian ulang jasa titip via platform <i>e-commerce</i>	70
2.3.2 Semakin tinggi harga atau biaya yang ditawarkan, maka akan semakin kecil kecenderungan dalam memengaruhi keputusan pembelian ulang jasa titip via platform <i>e-commerce</i>	72

2.3.3	Semakin tinggi dan beragam selera konsumen maka semakin besar kecenderungan dalam memengaruhi keputusan pembelian ulang jasa titip via platform <i>e-commerce</i>	74
2.3.4	Semakin tinggi tingkat kemudahan penggunaan yang ditawarkan, semakin tinggi ukuran kecenderungan terhadap keputusan pembelian ulang jasa titip via platform <i>e-commerce</i>	77
2.3.5	Semakin tinggi <i>perceived usefulness</i> , maka semakin besar kecenderungan dalam memengaruhi keputusan pembelian ulang jasa titip via platform <i>e-commerce</i>	79
BAB III METODE PENELITIAN		82
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	82
3.2	Populasi dan Sampel.....	86
3.2.1	Populasi.....	86
3.2.2	Sampel.....	86
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	87
3.3.1	Data Primer	87
3.3.2	Data Sekunder	88
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	88
3.5	Metode Analisis	89
3.5.1	Teknik Analisis Data.....	91
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		98
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	98
4.1.1	Kondisi Geografis Jawa Tengah.....	98
4.1.2	Kondisi Demografis Jawa Tengah	100
4.1.3	Gambaran Umum Platform Jasa Titip (Jastip)	102
4.2	Gambaran Umum Responden.....	104
4.2.1	Asal Domisili	104
4.2.2	Usia	105
4.2.3	Jenis Kelamin.....	106
4.2.4	Tingkat Pendidikan	106
4.2.5	Pekerjaan.....	108
4.2.6	Pendapatan	108
4.2.7	Biaya yang Dikeluarkan dalam Satu kali Transaksi.....	109
4.2.8	Frekuensi Pembelian Jasa Titip (Jastip) Via Platform <i>E-commerce</i>	110
4.2.9	Platform <i>E-commerce</i> Yang Paling Sering Digunakan	111
4.2.10	Jumlah Responden yang Melakukan <i>Repeat Order</i> (Pembelian Ulang).....	112
4.3	Hasil Pengujian Instrumen Kuesioner	112

4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	112
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas	114
4.4 Analisis data Regresi Logistik	115
4.4.1 Melakukan Pengujian Parameter Umum dengan Uji G/Uji Omnibus Koefisien Model (<i>Omnibus Test of Model Coefficients</i>).....	115
4.4.2 Kelayakan.....	117
4.4.3 Model Regresi Logistik.....	122
4.4.4 Uji Parsial atau Uji Wald	125
BAB V PENUTUP	140
5.1 Kesimpulan	140
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	143
DAFTAR PUSTAKA	150
LAMPIRAN.....	156



FEB UNDIP