

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	15
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	16
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	16
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	17
1.4 Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Landasan Teori.....	20
2.1.1 Pemasaran.....	20
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran.....	20
2.1.1.2 Perilaku Konsumen.....	22
2.1.1.3 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	22
2.1.2 Minat Beli Konsumen.....	24
2.1.2.1 Pengertian Minat Beli Konsumen.....	24
2.1.2.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang.....	26
2.1.2.3 Indikator Minat Beli Ulang.....	26
2.1.3 Kepercayaan.....	26
2.1.3.1 Pengertian Kepercayaan.....	26
2.1.3.2 Pengukuran Kepercayaan.....	28
2.1.4 Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	29
2.1.5 Integritas.....	32
2.1.5.1 Pengertian Integritas.....	32
2.1.5.2 Pengukuran Integritas.....	33
2.1.6 Risiko.....	33
2.1.6.1 Pengertian Risiko.....	33
2.1.6.2 Indikator Risiko.....	35
2.2 Penelitian Terdahulu.....	36
2.3 Pengembangan Hipotesis.....	38
2.3.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan.....	38
2.3.2 Pengaruh Integritas terhadap Kepercayaan.....	39
2.3.3 Pengaruh Risiko terhadap Kepercayaan.....	39
2.3.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang.....	40

2.3.5 Pengaruh Integritas terhadap Minat Beli Ulang.....	41
2.3.6 Pengaruh Risiko terhadap Minat Beli Ulang.....	41
2.3.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli Ulang.....	42
2.4 Kerangka Pemikiran.....	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Jenis dan Sumber Data.....	44
3.1.1 Data Primer.....	44
3.1.2 Data Sekunder.....	44
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	45
3.4 Definisi Operasioal dan Pengukuran Variabel.....	46
3.5 Metode Analisis Data.....	48
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	48
3.5.3 Uji Instrumen (Uji Reliabilitas dan Validitas).....	49
3.5.4 Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	51
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	68
4.2 Identitas Responden.....	69
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	69
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	70
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	71
4.3 Deskriptif Hasil Penelitian.....	71
4.3.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	72
4.3.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Integritas.....	72
4.3.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Risiko.....	73
4.3.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan.....	74
4.3.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Minat Beli.....	75
4.4 Analisis Structural Equation Modeling (SEM).....	76
4.4.1 Analisis Faktor Konfirmatori (CFA).....	77
4.4.2 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Eksogen.....	78
4.4.3 Analisis Faktor Konfirmatori Variabel Endogen.....	82
4.4.4 Analisis Persamaan Structural Equation Modeling (SEM).....	84
4.4.5 Uji Normalitas Data.....	87
4.4.6 Multivariate Outliers.....	88
4.4.7 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	89
4.4.8 Uji Validitas.....	90
4.4.9 Uji Reliabilitas.....	91
4.4.10 Pengujian Hipotesis Penelitian.....	94
4.5 Pembahasan.....	96
4.5.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan.....	96
4.5.2 Pengaruh Integritas terhadap Kepercayaan.....	97
4.5.3 Pengaruh Risiko terhadap Kepercayaan.....	98
4.5.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli.....	99
4.5.5 Pengaruh Integritas terhadap Minat Beli.....	99
4.5.6 Pengaruh Risiko terhadap Minat Beli.....	100
4.5.7 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli.....	101
BAB V PENUTUP.....	103

5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	105
5.3 Implikasi Teoritis.....	105
5.4 Implikasi Manajerial.....	107
5.5 Implikasi Kebijakan.....	108
5.6 Keterbatasan Penelitian.....	112
5.7 Agenda Penelitian Mendatang.....	112
DAFTAR PUSTAKA.....	113
Lampiran A.....	118
Lampiran B.....	125
Lampiran C.....	130