

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian	10
1.3.2 Manfaat Penelitian	10
1.4 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori	13
2.1.1 Technology Acceptance Model (TAM).....	13
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	15

2.1.3	Kualitas Informasi	17
2.1.4	Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.5	Kepuasan Konsumen	22
2.1.6	Minat Beli Ulang	24
2.2	Pengaruh Antar Variabel	25
2.2.1	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	25
2.2.2	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen.....	27
2.2.3	Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	28
2.2.4	Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang	29
2.2.5	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang	31
2.3	Penelitian Terdahulu.....	33
2.4	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1	Variabel Penelitian.....	37
3.1.2	Definisi Operasional Variabel	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	41
3.2.1	Populasi	41

3.2.2	Sampel	41
3.3	Jenis dan Sumber Data	42
3.4	Metode Pengumpulan Data	43
3.5	Metode Analisis Data	43
BAB IV	HASIL DAN ANALISIS	54
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	54
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	56
4.2.1	Analisis Indeks Jawaban Responden	56
4.2.1.1	Angka Indeks Kualitas Informasi	57
4.2.1.2	Angka Indeks Kualitas Pelayanan	59
4.2.1.3	Angka Indeks Kepuasan Konsumen	61
4.2.1.4	Angka Indeks Minat Beli Ulang	64
4.3	Proses dan Analisis Data	66
4.3.1	<i>Confirmatory Factor Analysis</i>	66
4.3.1.1	CFA Variabel Konstruk	66
4.3.1.2	CFA Konstruk	69
4.3.2	Analisis <i>Full Model SEM</i>	74
4.3.3	Pengujian Evaluasi Asumsi Model Struktural	77
4.3.3.1	Normalitas Data	77
4.3.3.2	Evaluasi <i>Outlier</i>	78
4.3.3.3	Evaluasi Multikolinieritas	83
4.3.3.4	Evaluasi Terhadap Nilai Residual	83
4.3.3.5	Uji Reliabilitas	83

4.3.3.6 Uji Sobel	84
4.4 Pengujian Hipotesis	86
4.4.1 H ₁ : Kualitas informasi memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen	86
4.4.2 H ₂ : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen	86
4.4.3 H ₃ : Kepuasan konsumen memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang	87
4.4.4 H ₄ : Kualitas informasi memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang	87
4.4.5 H ₅ : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap minat beli ulang	87
4.5 Interpretasi Hasil	88
4.5.1 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Konsumen.....	88
4.5.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen.....	88
4.5.3 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang	89
4.5.4 Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Ulang	89
4.5.5 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang	89

BAB V PENUTUP	90
5.1 Kesimpulan Penelitian.....	90
5.2 Implikasi Teoritis.....	92
5.3 Implikasi Manajerial.....	94
5.4 Keterbatasan Penelitian	95
5.5 Saran Bagi Penelitian Mendatang	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN A	103
LAMPIRAN B	111
LAMPIRAN C	115