

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Landasan Teori .....	11
2.1.1 <i>E-Commerce</i> .....	11
2.1.2 <i>Utilitarian Shopping Value</i> .....	14
2.1.3 <i>Hedonic Shopping Value</i> .....	15
2.1.4 <i>Perceived Value</i> .....	16
2.1.5 <i>Intent to Online Repurchase</i> .....	16
2.2 Penelitian Terdahulu .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	20
2.4 Hubungan antar Variabel .....	20
2.5 Hipotesis Penelitian .....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	26
3.2 Populasi dan Sampel .....	28
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.5 Metode Analisis .....	31
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b> .....	<b>44</b>
4.1 Gambaran Umum Responden .....	44
4.2 Proses dan Analisis Data .....	55

4.3 Pengujian Hipotesis .....	71
4.4 Interpretasi Hasil .....	74
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>81</b>
5.1 Kesimpulan .....	81
5.1.1 Kesimpulan Hasil Pengujian Hipotesis .....	81
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian .....	83
5.2 Implikasi Teoritis .....	84
5.3 Implikasi Manajerial .....	87
5.4 Keterbatasan Penelitian .....	90
5.5 Saran Penelitian Mendatang .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>91</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>	<b>94</b>