

DAFTAR ISI

<u>PERSETUJUAN SKRIPSI</u>	2
<u>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</u>	3
<u>PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI</u>	4
<u>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</u>	5
<u>ABSTRAK</u>	6
<u>ABSTRACT</u>	7
<u>KATA PENGANTAR</u>	8
<u>DAFTAR ISI</u>	11
<u>BAB I PENDAHULUAN</u>	14
<u>1.1 Latar Belakang Masalah</u>	144
<u>1.2 Rumusan Masalah</u>	23
<u>1.3 Tujuan Penelitian</u>	24
<u>1.4 Kegunaan Penelitian</u>	24
<u>1.5 Sistematika Penulisan</u>	25
<u>2.1 Landasan Teori</u>	27
<u>2.1.1 Perilaku Konsumen</u>	27
<u>2.1.2 Kepuasan Konsumen</u>	28
<u>2.1.3 Kualitas Situs Web</u>	29
<u>2.1.4 Kualitas Layanan</u>	31
<u>2.1.5 Kualitas Pengiriman</u>	32
<u>2.2 Hubungan Antar Variabel</u>	33
<u>2.2.1 Pengaruh Kualitas Website Terhadap Kepuasan</u>	33
<u>2.2.2 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen</u>	34
<u>2.2.3 kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Konsumen</u>	36
<u>2.2.4 Pengaruh Kepuasan Terhadap Minat Pembelian Ulang</u>	38
<u>2.3 Penelitian Terdahulu</u>	39
<u>2.4 Model Penelitian</u>	45
<u>2.5 Hipotesis Penelitian</u>	47
<u>2.6 Variabel dan Indikator</u>	47
<u>3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional</u>	50
<u>3.1.1 Variabel Penelitian</u>	50

<u>3.1.2 Definisi Operasional Variabel</u>	52
<u>3.2 Populasi dan Sampel</u>	54
<u>3.2.1 Populasi</u>	54
<u>3.2.2 Sampel</u>	54
<u>3.3 Jenis dan Sumber Data</u>	55
<u>3.3.1 Data Primer</u>	55
<u>3.3.2 Data Sekunder</u>	55
<u>3.4 Metode Pengumpulan Data</u>	56
<u>3.4.1 Studi Pustaka</u>	56
<u>3.4.2 Kuesioner</u>	56
<u>3.5 Metode Analisis Data</u>	57
3.5.1 Uji Kualitas Data.....	57
3.5.1.1 Uji Validitas.....	57
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	58
3.5.1.3 Uji Structural Equation Model (SEM).....	58
<u>BAB IV</u>	59
<u>HASIL DAN PEMBAHASAN</u>	59
<u>DAFTAR PUSTAKA</u>	104
<u>LAMPIRAN</u>	107
<u>LAMPIRAN A</u>	108
<u>KUESIONER PENELITIAN</u>	108
<u>KUESIONER PENELITIAN</u>	109
<u>TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUASAN SEBAGAI</u> <u>INTERVENING</u>	109
<u>Petunjuk Pengisian Kuesioner</u>	111
<u>Variabel Kualitas Website (website quality)</u>	112
<u>Variabel kepercayaan (Trust)</u>	113
<u>Variabel Kualitas Pengiriman (Delivery Quality)</u>	114
<u>Variabel Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)</u>	115
<u>Variabel Pembelian Ulang (Repurchase Intention)</u>	117
<u>LAMPIRAN B</u>	119
<u>TABULASI DATA</u>	120

<u>LAMPIRAN C</u>	122
<u>HASIL PENGOLAHAN DATA</u>	123
<u>HASIL UJI CONFIRMATORY FACTOR ANALYSIS</u>	124
<u>Hasil Confirmatory Factor Analysis</u>	125
<u>Notes for Model (Default Model)</u>	127
<u>Computation of degrees of freedom (default model)</u>	130
<u>Result (Default model)</u>	130
<u>Obeservation Farthest From the Centroid</u>	131
<u>Sample Moments (Group number 1)</u>	132
<u>Sample Covariants (Group number 1)</u>	133
<u>Estimates (Group number 1 – Default model)</u>	134
<u>Scalar Estimates (Group number 1 – Default model)</u>	135
<u>Maximum Likelihood Estimates</u>	135
<u>Regression Weights : (Group number 1 – Default model)</u>	136
<u>Covariances : (Group number 1- Default model)</u>	137
<u>Correlations: (Group number 1 - Default model)</u>	138
<u>Squared Multiple Correlations: (Group number 1 - Default model)</u>	139
<u>Total Effects (Group number 1 - Default model)</u>	140
<u>Standardized Total Effects (Group number 1 - Default model)</u>	141
<u>Standardized Direct Effects (Group number 1 - Default model)</u>	142
<u>Indirect Effects (Group number 1 - Default model)</u>	143
<u>Standardized Indirect Effects (Group number 1 - Default model)</u>	144
<u>Covariances: (Group number 1 - Default model)</u>	145
<u>Regression Weights: (Group number 1 - Default modelt</u>	146
<u>Model Fit Summary</u>	147
<u>CMIN</u>	148