

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	18
1.3 Tujuan dan kegunaan Penelitian	19
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	19
1.3.2 Kegunaan Penelitian	20
1.4 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	22
2.1 Landasan Teori	22
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen.....	22
2.1.2 Technology Acceptance Model	27
2.1.3 Kualitas layanan online	31
2.1.4 Persepsi Kemudahan Penggunaan	34
2.1.5 Kepuasan Pelanggan	37
2.1.6 Minat Beli Ulang	38
2.2 Pengaruh antar Variabel dan Pengembangan Hipotesis	40
2.2.1 Pengaruh Kualitas layanan online dengan Kepuasan Pelanggan	40
2.2.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Kepuasan Pelanggan	42
2.2.3 Pengaruh Kualitas layanan online dengan Minat Beli Ulang	43
2.2.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dengan Minat Beli Ulang	44
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan dengan Minat Beli Ulang	45
2.3 Penelitian Terdahulu	46
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis	53
2.5 Pengaruh Variabel dan Indikator	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	56
3.1.1 Variabel Penelitian.....	56
3.1.2 Definisi Operasional Variabel	57
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	60
3.2.1 Populasi Penelitian.....	60

3.2.2 Sampel Penelitian	61
3.3 Jenis dan Sumber Data	62
3.3.1 Data Primer.....	62
3.3.2 Data Sekunder.....	62
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	63
3.4.1 Kuesioner	63
3.4.2 Studi Kepustakaan	65
3.5 Metode Analisis Data	65
3.5.1 Pengujian Kualitas Data Penelitian	65
3.6 Uji Structural Equation Modeling (SEM).....	67
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	76
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	76
4.1.1 Gambaran Umum Shopee Food.....	76
4.1.2. Gambaran Umum Responden.....	77
4.2. Hasil Analisis Data.....	78
4.2.1 Uji Kualitas Data	78
4.3 Hasil Analisis Data SEM.....	82
4.3.1 Pengembangan Model Teoritis	82
4.3.2 Pengembangan Diagram Jalur	82
4.3.3 Mengubah Diagram Jalur ke Dalam Persamaan	84
4.3.4 Confirmatory Factor Analysis	85
4.3.5 Evaluasi Kriteria Goodness-of-Fit	93
4.3.6 Interpretasi dan Modifikasi Model.....	99
4.3.7 Uji Hipotesis	99
4.3.8 Analisis Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect	101
4.4 Interpretasi Hasil	103
4.4.1 Pengaruh Kualitas layanan online terhadap Kepuasan Pelanggan.....	103
4.4.2 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Kepuasan Pelanggan ..	104
4.4.3 Pengaruh Kualitas layanan online terhadap Minat Beli Ulang	105
4.4.4 Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan terhadap Minat Beli Ulang	106
4.4.5 Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap Minat Beli Ulang	107
BAB V PENUTUP	108
5.1 Kesimpulan Hipotesis	108
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	109
5.3 Implikasi Teoritis	112
5.4 Implikasi Manajerial	115
5.5 Keterbatasan Penelitian	120
5.6 Agenda Penelitian di Masa Mendatang	120
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN	127