

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAKSI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	8
B. Penelitian Terdahulu.....	22
C. Pengaruh Antar Variabel.....	22
D. Kerangka Konseptual	27
E. Hipotesis Penelitian.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian	29
B. Obyek dan Waktu Penelitian	29
C. Populasi	30
D. Sampel dan Teknik <i>Sampling</i>	30
E. Jenis Data Penelitian.....	31
F. Prosedur Pengambilan Data.....	31
G. Klasifikasi Variabel Penelitian	33
H. Definisi Operasional Variabel.....	33
I. Uji Instrumen Penelitian	35
J. Teknik Analisis Data.....	39

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Deskriptif Responden	44
B. Analisis Deskriptif Variabel	48
C. Pengujian Hipotesis	60
D. Pembahasan	68

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	74

DAFTAR PUSTAKA.....	77
---------------------	----

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Obyek dan Waktu Penelitian.....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan (X1).....	36
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Keamanan (X2).....	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Layanan (X3).....	36
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Akan Risiko (X4)	37
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X5).....	37
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	38
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas	39
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	47
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Dibeli	48
Tabel 4.6 Indikator Variabel Kepercayaan (X1).....	49
Tabel 4.7 Penilaian Variabel Kepercayaan (X1).....	50
Tabel 4.8 Indikator Variabel Keamanan (X2).....	51
Tabel 4.9 Penilaian Variabel Keamanan (X2).....	52

Tabel 4.10 Indikator Variabel Kualitas Layanan (X3).....	53
Tabel 4.11 Penilaian Variabel Kualitas Layanan (X3).....	54
Tabel 4.12 Indikator Variabel Persepsi Akan Risiko (X4).....	55
Tabel 4.13 Penilaian Variabel Persepsi Akan Risiko (X4).....	56
Tabel 4.14 Indikator Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X5).....	57
Tabel 4.15 Penilaian Variabel <i>Relationship Marketing</i> (X5).....	58
Tabel 4.16 Indikator Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	59
Tabel 4.17 Penilaian Variabel Keputusan Pembelian Ulang (Y).....	60
Tabel 4.18 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	27

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
1. LAMPIRAN KUESIONER	82
2. LAMPIRAN DATA 30 RESPONDEN	85
3. LAMPIRAN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS	91
4. LAMPIRAN DATA 100 RESPONDEN	101
5. LAMPIRAN UJI ANALISIS DESKRITIF RESPONDEN	118
6. LAMPIRAN HASIL REGRESI LINIER BERGANDA	124