

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II: TUNJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	8
B. Hubungan Antar Variabel	23
C. Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	29
D. Kerangka Penelitian	32
E. Hipotesis Penelitian	32
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	34
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	34
C. Teknik Pengambilan Sampel	35
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	37
E. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	38
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	39
G. Skala Pengukuran Variabel.....	43
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
I. Metode Analisis Data	47
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif Responden	55
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	57
C. Analisis Kuantitatif.....	61
D. Pengujian Hipotesis	64
E. Pembahasan	71
BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Situs Jual Beli di Indonesia 2018	3
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu dan sekarang.....	29
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Skala Likert	43
Tabel 3.3 Skala Interval Distributor Kriteria Pendapatn Responde.....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	45
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	47
4.1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Usia Responden.....	56
Tabel 4.3 Karakteristik Universitas Responden.....	56
4.4 Karakteristik Frekuensi Pembelian Responden.....	56
4.5 Karakteristik Uang Saku Responden.....	57
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>E-Service Quality</i>	58
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Experience</i>	58
Tabel 4.8 Penilaian Variabel <i>Trust</i>	59
Tabel 4.9 Penilaian Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	60
Tabel 4.10 Penilaian Variabel <i>Repurchase Intention</i>	61
Tabel 4.11 Hasil Analisis Path Tahap 1.....	62
Tabel 4.12 Hasil Analisis Path Tahap 2.....	63
Tabel 4.13 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Dimediasi <i>Customer Satisfactis</i>	66
Tabel 4.14 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect <i>Experience</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> Dimediasi <i>Customer Satisfaction</i>	68
Tabel 4.15 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect <i>Trust</i> Terhadap <i>Repurchase</i> <i>Intention</i> Dimediasi <i>Customer Satisfaction</i>	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	32
Gambar 3.1 Model Struktural.....	49
Gambar 4.1 Diagram Analisis Path	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	83
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Kelompok Uji	91
Lampiran 3 Rekapitulasi DATA (OLAH DATA).....	97
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas	102
Lampiran 5 Rekapitulasi Kelompok 115 Responden	110
Lampiran 6 Hasil Olah Data.....	126
Lampiran 7 R Tabel.....	132