

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	8
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II: TUNJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	11
B. Hubungan Antar Variabel	31
C. Penelitian Terdahulu dan Sekarang.....	35
D. Kerangka Penelitian	38
E. Hipotesis Penelitian	38
BAB III: METODE PENELITIAN	
A. Rancangan Penelitian	40
B. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
C. Teknik Pengambilan Sampel	41
D. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data	42
E. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	44
F. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	45
G. Skala Pengukuran Variabel.....	48
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	50
I. Metode Analisis Data	53
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Analisis Deskriptif Responden	62
B. Analisis Deskriptif Variabel.....	63
C. Analisis Kuantitatif.....	68
D. Pengujian Hipotesis	72
E. Pembahasan	79
BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat Situs Jual Beli di Indonesia 2018	3
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu dan sekarang.....	35
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	45
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 3.3 Skala Interval Distributor Kriteria Pendapatan Responde.....	49
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas 30 Responden.....	50
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden	52
Tabel 4.1 Karakteristik Usia Responden.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 4.3 Karakteristik Frekuensi Pembelian Responden.....	61
Tabel 4.4 Karakteristik Uang Saku Responden.....	61
Tabel 4.5 Penilaian Variabel <i>Perceived Value</i>	62
Tabel 4.6 Penilaian Variabel <i>E-Service Quality</i>	63
Tabel 4.7 Penilaian Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	64
Tabel 4.8 Penilaian Variabel <i>Repurchase Intention</i>	65
Tabel 4.9 Hasil Analisis Path Tahap 1.....	66
Tabel 4.10 Hasil Analisis Path Tahap 2.....	67
Tabel 4.11 Hasil Analisis Path Tahap 3.....	68
Tabel 4.12 Hasil Analisis Path Tahap 4.....	69
Tabel 4.13 Hasil Analisis Path Tahap 5.....	69
Tabel 4.14 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect <i>Perceived value Terhadap Repurchase Intention Dimediasi Customer Satisfaction</i>	73
Tabel 4.12 Direct Effect, Indirect Effect dan Total Effect <i>E-Service Quality Terhadap Repurchase Intention Dimediasi Customer Satisfaction</i>	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	38
Gambar 3.1 Model Struktural.....	54
Gambar 4.1 Diagram Analisis Path	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2 Data 115 Responden	98
Lampiran 3 Rekapitulasi Data Kelompok Uji	103
Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas	108
Lampiran 5 Rekapitulasi Kelompok 115 Responden	117
Lampiran 6 Hasil Olah Data.....	132
Lampiran 7 R Tabel.....	141