

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Landasan Teori	8
1. <i>Repurchase Intention</i>	8
2. Indikator-indikator <i>Repurchase Intention</i>	8
3. <i>Customer Trust</i>	8
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Trust</i>	9
5. Indikator <i>Customer Trust</i>	10
6. <i>Customer Satisfaction</i>	11
7. Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i>	11
8. Atribut <i>Customer Satisfaction</i>	12
9. Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Satisfaction</i>	14
10. Manfaat <i>Customer satisfaction</i>	15

11.	<i>Online Store Atmosphere</i>	15
12.	Elemen <i>Store Atmosphere</i>	16
13.	Indikator <i>Online Store Atmosphere</i>	18
B.	Penelitian Terdahulu.....	21
C.	Hubungan Antar Variabel Penelitian	28
1.	Hubungan <i>CT</i> dengan <i>RI</i>	28
2.	Hubungan <i>CS</i> dengan <i>RI</i>	28
3.	Hubungan <i>OSA</i> dengan <i>RI</i>	28
D.	Kerangka Pikir.....	29
E.	Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		30
A.	Populasi dan Sampel	30
1.	Populasi.....	30
2.	Sampel	30
B.	Jenis Penelitian	31
C.	Metode Pengumpulan Data	31
1.	Teknik Pengumpulan Data.....	31
2.	Skala Pengukuran	32
3.	Definisi Konseptual dan Variabel.....	33
D.	Uji Instrumen.....	34
1.	Uji Validitas	34
2.	Uji Reliabilitas	36
E.	Metode Analisis.....	38
1.	Analisis Regresi Linear Berganda	38
2.	Uji F (Simultan).....	39

3. Koefisien Determinasi (R square).....	40
4. Uji t (Parsial).....	40
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Karakteristik Responden	41
1. Karakteristik Umur	42
2. Karakteristik Jenis Kelamin.....	42
B. Deskripsi Jawaban Responden	43
C. Analisis Data	47
1. Analisis Regresi Berganda.....	47
2. Pengujian Hipotesis	48
D. Pembahasan	50
1. Pengaruh <i>CT</i> , <i>CS</i> , <i>OSA</i> terhadap <i>RI</i>	53
2. Pengaruh <i>CT</i> terhadap <i>RI</i>	53
3. Pengaruh <i>CS</i> terhadap <i>RI</i>	53
4. Pengaruh <i>OSA</i> terhadap <i>RI</i>	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
A. Kesimpulan.....	55
B. Saran.....	56
DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Pikir.....	29
--------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Skala Likert	32
Tabel 3.2 Definisi Konseptual dan Variabel	33
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	35
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Per-item Pernyataan	36
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas secara Keseluruhan.....	37
Tabel 4.1 Pengujian Karakteristik Umur	42
Tabel 4.2 Pengujian Karakteristik jenis Kelamin	42
Tabel 4.3 Hasil Skor Customer Trust.....	43
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Responden terkait Customer Trust.....	43
Tabel 4.5 Hasil Skor Customer Satisfaction	44
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Responden terkait Customer Satisfaction ..	44
Tabel 4.7 Hasil Skor Online Store Atmosphere.....	45
Tabel 4.8 Deskripsi Jawaban Responden terkait OSA.....	45
Tabel 4.9 Hasil Skor Repurchase Intention.....	46
Tabel 4.10 Deskripsi Jawaban Responden terkait Repurchase Intention .	46
Tabel 4.11 Hasil Analisis Regresi Berganda	47
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	48
Tabel 4.13 Hasil Uji R Square	49

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian.....	59
Lampiran 2: Rekapitulasi Data Penelitian.....	67
Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	72
Lampiran 4: Frekuensi Karakteristik Responden.....	74
Lampiran 5: Frekuensi Variabel.....	76
Lampiran 6: Hasil Regresi Linear Berganda.....	79