

DAFTAR ISI

PENGARUH <i>ELECTRONIC SERVICE QUALITY</i> , <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> , DAN <i>CUSTOMER TRUST</i> TERHADAP <i>REPURCHASE INTENTION</i> PADA PLATFORM <i>E-COMMERCE</i> SHOPEE INDONESIA	1
PENGARUH <i>ELECTRONIC SERVICE QUALITY</i> , <i>CUSTOMER SATISFACTION</i> , DAN <i>CUSTOMER TRUST</i> TERHADAP <i>REPURCHASE INTENTION</i> PADA PLATFORM <i>E-COMMERCE</i> SHOPEE INDONESIA	2
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoretis	9

1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN TEORI	11
2.1 Kajian Teori	11
2.1.1 Perilaku Konsumen	11
2.1.2 <i>Repurchase Intention</i>	13
2.1.3 <i>E-Service Quality</i>	16
2.1.4 <i>Customer Satisfaction</i>	18
2.1.5 <i>Customer Trust</i>	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Berpikir	50
2.4 Hipotesis	52
2.4.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	52
2.4.2 Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> dengan <i>Repurchase Intention</i> ..	52
2.4.3 Pengaruh <i>Customer Trust</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	53
BAB III	55
METODE PENELITIAN.....	55
3.1 Jenis Penelitian	55
3.2 Objek Penelitian.....	55
3.3 Populasi dan Sampel.....	56
3.3.1 Populasi	56
3.3.2 Sampel	57
3.4 Teknik Penelitian	58
3.5 Definisi Operasional	59
3.5.1 <i>Repurchase Intention</i>	60

3.5.2	<i>E-Service Quality</i>	62
3.5.3	<i>Customer Satisfaction</i>	64
3.5.4	<i>Customer Trust</i>	66
3.6	Teknik Analisis Data.....	68
3.7	Analisis Deskriptif	68
3.8	Analisis Inferensial.....	69
3.8.1	Uji Instrumen	69
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	70
3.8.3	Uji Analisis Linear Berganda.....	71
3.8.4	Pengujian Hipotesis	71
BAB IV	73
HASIL DAN PEMBAHASAN	73
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	73
4.2	Karakteristik Responden	73
4.3	Hasil Analisis Data.....	79
4.3.1	Uji Statistik Deskriptif	79
4.3.2	Uji Instrumen Data.....	83
4.3.3	Uji Asumsi Klasik.....	86
4.3.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	89
4.3.5	Uji Hipotesis	91
4.4	Pembahasan.....	95
4.4.1	Pengaruh <i>E-Service Quality</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	96
4.4.2	Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap <i>Repurchase Intention</i>	97
4.4.3	Pengaruh <i>Customer Trust</i> dengan <i>Repurchase Intention</i>	97
4.5	Implikasi.....	99

4.5.1 Implikasi Praktis dan Kebijakan bagi Perusahaan.....	99
BAB V.....	101
KESIMPULAN DAN SARAN.....	101
5.1 Kesimpulan.....	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN.....	113

