

DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	i
ABSTRAK.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah Penelitian.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah Penelitian	6
1.2.2 Pembatasan Masalah Penelitian	7
1.2.3 Perumusan Masalah Penelitian.....	7
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	8

BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 <i>E-Commerce dan Marketplace</i>	11
2.1.1.1 <i>E-Commerce</i>	11
2.1.1.2 <i>Marketplace</i>	12
2.1.2 <i>Online Purchase Behaviour</i>	12
2.1.3 Persepsi risiko (<i>Perceived Risk</i>).....	15

2.1.3.1 Persepsi Risiko produk (<i>Product Risk</i>).....	16
2.1.3.2 Persepsi Risiko finansial (<i>Financial Risk</i>).....	17
2.1.3.3 Persepsi Risiko pengiriman (<i>Delivery Risk</i>).....	18
2.1.4 Minat beli ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	19
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.2.1 Pengaruh persepsi risiko produk terhadap minat beli ulang pelanggan.....	22
2.2.2 Pengaruh persepsi risiko finansial terhadap minat beli ulang pelanggan.....	22
2.2.3 Pengaruh persepsi risiko pengiriman terhadap minat beli ulang pelanggan.....	22
2.3 Konsep SEM.....	23
2.4 Rerangka Penelitian.....	24
2.5 Hipotesis.....	24

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	25
3.2.1 Variabel Penelitian	25
3.2.2 Definisi Konsep Operasional.....	26
3.2.3 Pengukuran Variabel.....	27
3.3 Populasi dan Sampel	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	29
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.5 Metode Analisis Data.....	30
3.5.1 Uji Instrumen.....	30
3.5.1.1 Uji validitas.....	31
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	31
3.5.2 Asumsi Dalam Analisis Menggunakan SEM	32
3.5.3 Model Persamaan Struktural (<i>Structural Equation Model/SEM</i>)	33
3.5.4 Prosedur SEM.....	34
3.5.5 Model Struktural Penelitian.....	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Industri.....	40
4.2. Hasil Penelitian.....	40
4.2.1. Profil Responden.....	40
4.2.2. Analisa Tanggapan Responden.....	42
4.2.2.1 Analisa tanggapan responden untuk variabel persepsi risiko produk (<i>Product Risk</i>).....	42
4.2.2.2 Analisa tanggapan responden untuk variabel persepsi risiko finansial (<i>Financial Risk</i>).....	44
4.2.2.3 Analisa tanggapan responden untuk variabel persepsi risiko pengiriman (<i>Delivery Risk</i>).....	45
4.2.2.4 Analisa tanggapan responden untuk variabel minat beli ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	46
4.2.3. Analisa Statistik.....	47
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	47
4.2.3.2 Analisa Faktor Konfirmatori.....	49
4.2.3.3 Analisa Model Struktural.....	54
4.3 Pembahasan.....	63
4.3.1 Pengaruh persepsi risiko produk terhadap minat beli ulang pelanggan.....	63
4.3.2 Pengaruh persepsi risiko finansial terhadap minat beli ulang pelanggan.....	65
4.3.3 Pengaruh persepsi risiko pengiriman terhadap minat beli ulang pelanggan.....	66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	69
5.2.1 Saran untuk perusahaan.....	69
5.2.2 Saran untuk penelitian selanjutnya.....	69

DAFTAR PUSTAKA.....	71
----------------------------	----

LAMPIRAN.....	76
----------------------	----

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	107
----------------------------------	-----