

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kontribusi Penelitian.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	10
A. Kajian Pustaka.....	10
1. Perilaku Konsumen	10
2. <i>Repurchase Intention</i>	11
A. Pengertian <i>Repurchase Intention</i>	11
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Repurchase Intention</i>	12
C. Dimensi dan Indikator <i>Repurchase Intention</i>	15
3. <i>Purchasing Decisions</i>	17
A. Pengertian <i>Purchasing Decisions</i>	17
B. Model Pengambilan <i>Purchasing Decisions</i>	17
C. Dimensi dan Indikator <i>Purchasing Decisions</i>	21
4. <i>Online Trust</i>	23
A. Pengertian <i>Online Trust</i>	23
B. Teori TAM (<i>Technology Acceptance Model</i>).....	25

C. Dimensi dan Indikator <i>Online Trust</i> dalam model TAM.....	27
5. Penelitian Terdahulu	29
B. Pengembangan Hipotesis	32
1. Pengaruh <i>Online Trust</i> Terhadap <i>Purchasing Decisions</i>	32
2. Pengaruh <i>Purchasing Decisions</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Waktu dan Tempat Penelitian	35
B. Desain Penelitian	36
C. Definisi dan Operasional Variabel.....	37
1. Definisi Variabel	37
2. Operasional Variabel.....	38
D. Skala Pengukuran	39
E. Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
1. Populasi	40
2. Sampel.....	40
F. Jenis dan Sumber Data.....	41
G. Metode Pengumpulan Data	42
H. Metode Analisa Data.....	42
1. Analisis Deskriptif Responden.....	42
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	43
3. Analisis <i>Partial Least Square</i>	43
4. Pengertian <i>Partial Least Square</i>	43
5. Menguji Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>).....	44
6. Menguji Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
B. Karakteristik Responden	48
1. Jenis Kelamin	48
2. Usia.....	49
3. Tingkat Pendidikan	50

4. Pekerjaan	51
5. Pendapatan Perbulan	52
6. Frekuensi Belanja	52
7. Produk yang Sering Dibeli	53
8. Waktu Berbelanja	54
C. Analisis Deskriptif Responden	54
1. Variabel <i>Online Trust</i>	54
2. Variabel <i>Purchasing Decisions</i>	56
3. Variabel <i>Repurchase Intention</i>	57
D. Metode Analisis Data <i>Partial Least Square</i>	59
1. Hasil Pengujian Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	60
2. Hasil Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>)	66
E. Pembahasan Hasil Penelitian	71
1. Pengaruh <i>Online Trust</i> Terhadap <i>Purchasing Decisions</i>	71
2. Pengaruh <i>Purchasing Decisions</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	74
A. Simpulan	74
B. Saran	75
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN	83