

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL BELAKANG	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB 1_PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek.....	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat	10
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu.....	10
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Bagi Perusahaan.....	10
1.5.2 Bagi Penulis	11
1.5.3 Bagi Pihak Lain	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
1.6.1 BAB I : Pendahuluan	11

1.6.2 BAB II : Landasan Teori	11
1.6.3 BAB III : Metode Penelitian.....	11
1.6.4 BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	11
1.6.5 BAB V : Simpulan dan Saran	12
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 <i>E-Commerce</i>	13
2.2 Perilaku Konsumen	14
2.3 <i>Online Shopping</i>	17
2.4 <i>Utilitarian Shopping Value</i>	17
2.5 Kepercayaan (<i>Trust</i>)	19
2.5.1 Pentingnya <i>Trust</i>	21
2.5.2 <i>Trust</i> pada <i>E-Commerce</i>	22
2.6 <i>Website</i>	22
2.7 <i>Website Quality</i>	23
2.7.1 Pentingnya <i>Website Quality</i>	24
2.8 <i>Repurchase Intention</i>	25
2.9 Penelitian Terdahulu.....	28
2.10 Kerangka Pemikiran	29
2.1.1 Kerangka Teoritis	30
2.12 Hipotesis	30
2.12.1 Pengaruh <i>Utilitarian Shopping Value</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	30
2.12.2 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	31
2.12.3 Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	32
2.12.4 Pengaruh <i>Utilitarian Shopping Value, Trust</i> dan <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	33
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Jenis Penelitian	33
3.2 Sumber Data	33
3.2.1 Data Primer.....	33
3.3 Metode Pengumpulan Data	34
3.3.1 Kuesioner	34
3.4 Populasi dan Sampel	35
3.4.1 Populasi.....	35

3.4.2 Sampel	35
3.5 Variabel Penelitian	36
3.5.1 Variabel Independen	36
3.5.2 Variabel Dependen	36
3.6 Definisi Operasional Variabel	36
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	38
3.7.1 Uji Validitas	38
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	40
3.8.1 Uji Normalitas	40
3.8.2 Uji Homogenitas	41
3.8.3 Uji Linieritas	40
3.8.4 Uji Multikolinieritas	41
3.9 Metode Analisis Data	42
3.9.1 Regresi Linier Berganda	42
3.10 Pengujian Hipotesis	43
3.10.1 Uji Parsial (Uji t)	43
3.10.2 Uji Simultan (Uji f)	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Data	46
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	46
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	49
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	53
4.2.1 Hasil Uji Validitas	53
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	58
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	58
4.3.3 Hasil Uji Homogenitas	59
4.3.4 Uji Multikolinieritas	60
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis	61
4.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.5 Hasil Uji Hipotesis	63
4.5.1 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t)	63
4.5.2 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F)	65

4.5.3 Hasil Uji R ² (Square)	667
4.5 Pembahasan	67
4.5.1 Pengaruh <i>Utilitarian Shopping Value</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	678
4.5.2 Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	679
4.5.3 Pengaruh <i>Website Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i>	71
4.5.4 Pembahasan Uji F	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Simpulan.....	73
5.2 Saran	73

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Hasil Pra survei	5
2.1 Penelitian Terdahulu	27
3.1 Tabel <i>Scoring</i> Skala Likert.....	32
3.2 Kriteria Responden.....	36
3.3 Definisi Operasional Variabel	37
3.4 Interpretasi Nilai R	39
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	48
4.5 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Utilitarian Shopping Value</i> (X1)	49
4.6 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Trust</i> (X2)	50
4.7 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Website Quality</i> (X3).....	51
4.8 Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)	52
4.9 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Utilitarian Shopping Value</i> (X1)	54
4.10 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust</i> (X2)	54
4.11 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Website Quality</i> (X3).....	55
4.12 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Repurchase Intention</i> (Y)	56
4.13 Interpretasi Nilai r Alpha Indeks Korelasi	57
4.14 Hasil Uji Reliabilitas	57
4.15 Hasil Uji Normalitas.....	58
4.16 Hasil Uji Linieritas	59
4.17 Hasil Uji Homogenitas	60
4.18 Hasil Uji Multikolinieritas	61
4.19 Hasil Perhitungan <i>Unstandardized Coefficients</i>	61

Tabel	Halaman
4.20 Hasil Perhitungan Uji t.....	64
4.21 Hasil Uji f.....	66
4.22 Hasil Uji R ²	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Pengunjung Web Blibli.com Bulan Juli-Desember 2019	3
2.1 Kerangka Pemikiran	28
2.2 Kerangka Teoritis	29

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1** Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2** Hasil Jawaban 130 Responden
- Lampiran 3** Profil Responden
- Lampiran 4** Hasil Jawaban Frekuensi Variabel
- Lampiran 5** Hasil Uji Validitas
- Lampiran 6** Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 7** Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 8** Hasil Uji Homogenitas
- Lampiran 9** Hasil Uji Linieritas
- Lampiran 10** Hasil Uji Multikolonieritas
- Lampiran 11** Hasil Uji t, Uji f, Uji R Square
- Lampiran 12** T Tabel
- Lampiran 13** F Tabel