

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>ABSTRACT</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Formulasi Rumusan Masalah .....	10
1.3 Ruang Lingkup .....	11
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 <i>State of the Art</i> .....	13
2.2 Pemasaran ( <i>Marketing</i> ) .....	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	17
2.2.2 Strategi Marketing .....	17
2.2.3 4A's dari Marketing .....	17
2.2.4 Manajemen Pemasaran Modern 4P .....	19
2.3 Lingkungan Digital .....	21
2.4 <i>Digital Marketing</i> .....	22
2.5 <i>Social Marketing</i> .....	23
2.6 Harga ( <i>Price</i> ) .....	24

2.6.1 Hubungan Antara Harga Terhadap Niat Pembelian Kembali .....	27
2.7 Kualitas ( <i>Quality</i> ) .....	30
2.7.1 Hubungan Antara Kualitas Terhadap Niat Pembelian Kembali.....	35
2.8 Kepercayaan ( <i>Trust</i> ) .....	39
2.8.1 Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Kembali .....	43
2.9 Niat Pembelian Kembali ( <i>Repurchase Intention</i> ).....	47
2.10 Model Penelitian.....	50
2.11 Kerangka Pemikiran .....	51

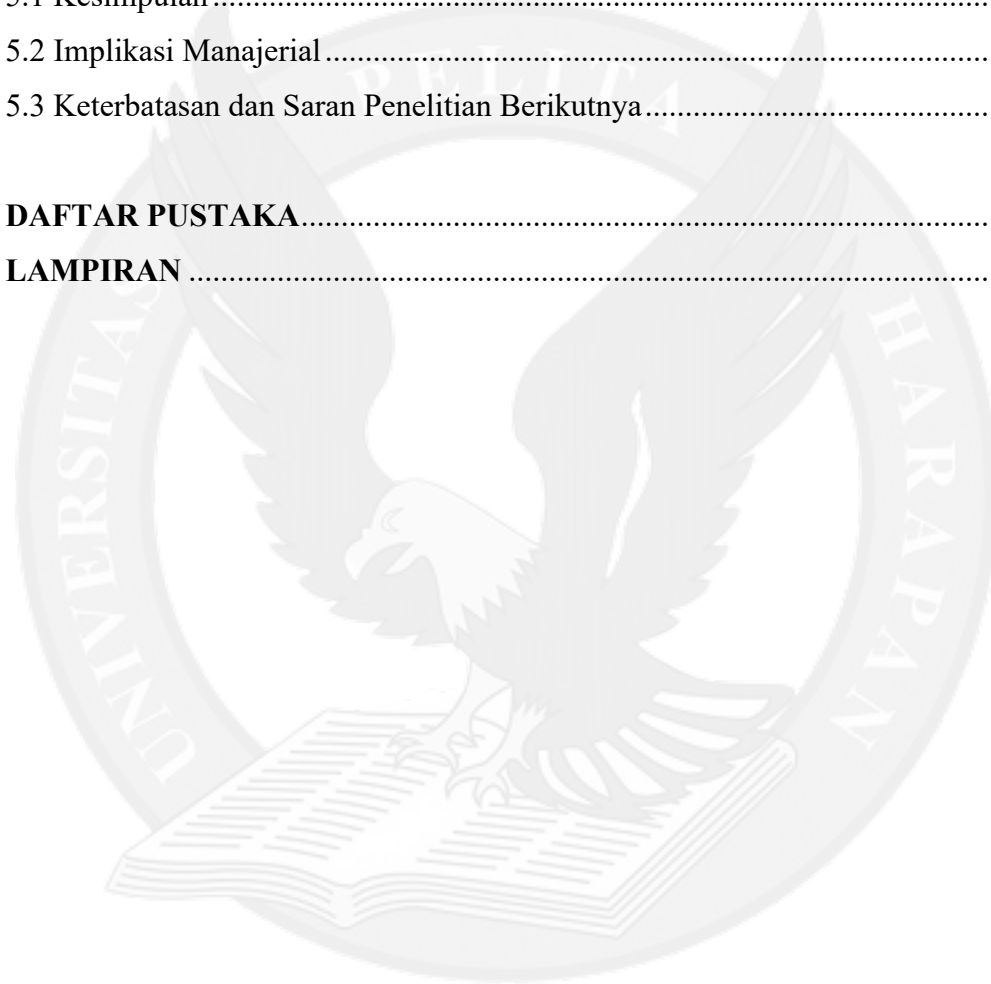
### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Objek Penelitian.....	52
3.2 Tipe Penelitian .....	54
3.3 Desain Penelitian .....	58
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	61
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	63
3.6 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	64
3.7 Populasi dan Sampel.....	71
3.7.1 Penentuan Jumlah Sampel .....	73
3.7.2 Metode Penarikan Sampel .....	76
3.8 Teknik Pengumpulan Sumber Data .....	80
3.8.1 Teknik Pembuatan Kuisisioner.....	82
3.8.2 Teknik Penyebaran Kuisisioner.....	91
3.9 Pengujian Instrumen Penelitian .....	93
3.9.1 Pengujian Validitas .....	94
3.9.2 Pengujian Reliabilitas .....	107
3.10 Metode Analisis Data .....	116
3.11 Hasil Uji Instrumen Pendahuluan.....	128
3.12 Rancangan Pemecahan Masalah.....	133

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

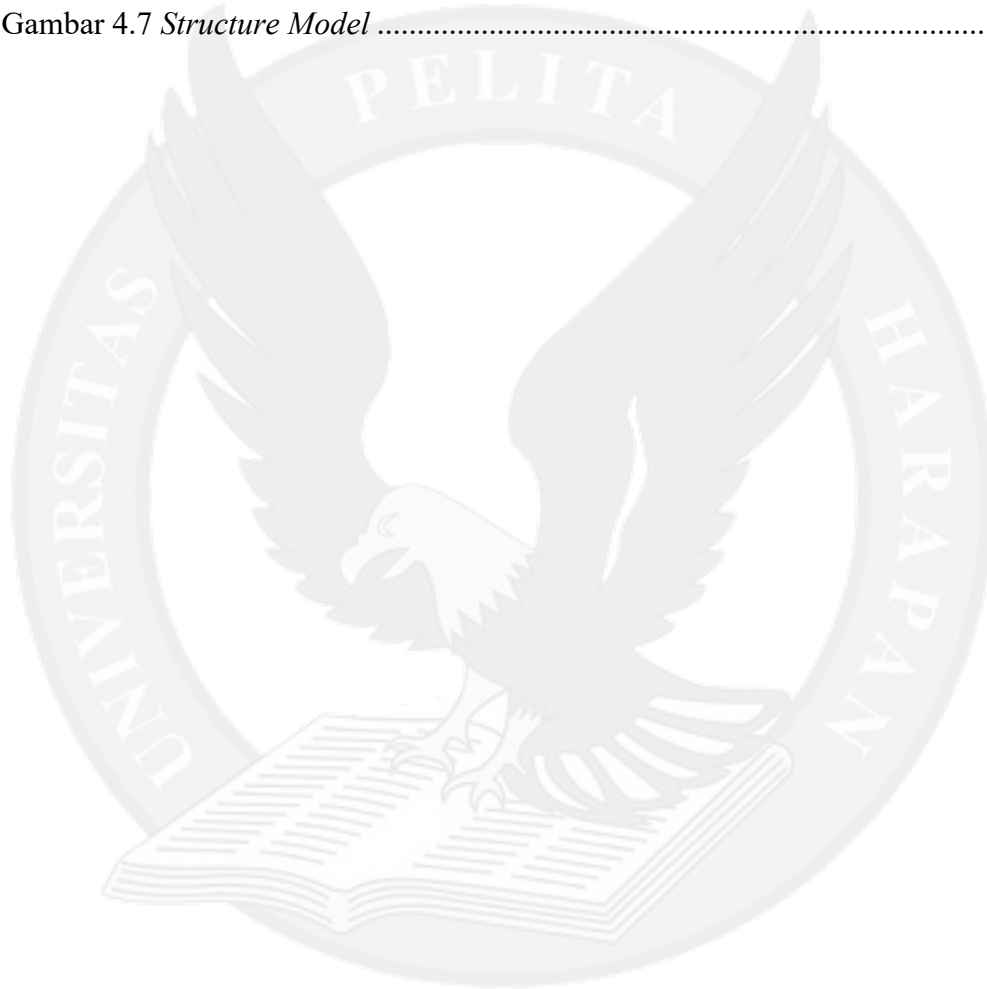
4.1 Hasil Penelitian.....	135
4.1.1 Profil Responden .....	136

4.1.2 Deskripsi Konstruk Penelitian .....	141
4.1.3 Analisis Data Penelitian.....	149
4.1.3.1 <i>Outer Model</i> .....	150
4.1.3.2 <i>Inner Model</i> .....	154
4.2 Pembahasan .....	159
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	165
5.2 Implikasi Manajerial .....	166
5.3 Keterbatasan dan Saran Penelitian Berikutnya.....	168
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	 170
<b>LAMPIRAN</b> .....	A-1



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian .....	50
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	51
Gambar 3.1 <i>Measurement Model on Pre-test</i> .....	130
Gambar 4.1 <i>Gender</i> Responden.....	137
Gambar 4.2 Rentang Usia Responden .....	138
Gambar 4.3 Latar Belakang Pendidikan Responden .....	139
Gambar 4.4 Domisili Responden.....	140
Gambar 4.5 Terakhir Responden Menggunakan Tokopedia .....	141
Gambar 4.6 <i>Measurement Model</i> .....	150
Gambar 4.7 <i>Structure Model</i> .....	154



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 <i>e-commerce</i> di Indonesia ( <i>Data of Q4 2020</i> ).....	5
Tabel 1.2 Top 5 <i>e-commerce</i> di Indonesia ( <i>Data of Q3 2019</i> ).....	6
Tabel 1.3 Hasil Survey Awal.....	8
Tabel 1.4 Kategori Hasil Jawaban <i>Survey Awal</i> .....	9
Tabel 1.5 Kesimpulan Hasil <i>Survey Awal</i> .....	10
Tabel 2.1 <i>State of the Art</i> .....	14
Tabel 2.2 Tabulasi Penelitian Terdahulu Hubungan Antara Harga Terhadap Niat Pembelian Kembali.....	29
Tabel 2.3 Tabulasi Penelitian Terdahulu Hubungan Antara Kualitas Terhadap Niat Pembelian Kembali.....	38
Tabel 2.4 Tabulasi Penelitian Terdahulu Hubungan Antara Kepercayaan Terhadap Niat Pembelian Kembali.....	46
Tabel 3.1 Desain Penelitian.....	58
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	61
Tabel 3.3 Variabel Operasional.....	68
Tabel 3.4 Skala Likert.....	71
Tabel 3.5 Skala Likert.....	124
Tabel 3.6 <i>Measurement Model Evaluation on Pre-test</i> .....	132
Tabel 3.7 <i>Discriminant Validity on Pre-test</i> .....	133
Tabel 4.1 Profil Responden.....	136
Tabel 4.2 Konstruk “Harga”.....	141
Tabel 4.3 Konstruk “Kualitas”.....	142
Tabel 4.4 Konstruk “Kepercayaan”.....	143
Tabel 4.5 Konstruk “Niat Pembelian Kembali”.....	144
Tabel 4.6 Deskripsi Konstruk “Harga”.....	145
Tabel 4.7 Deskripsi Konstruk “Kualitas”.....	146
Tabel 4.8 Deskripsi Konstruk “Kepercayaan”.....	147
Tabel 4.9 Deskripsi Konstruk “Niat Pembelian Kembali”.....	148
Tabel 4.10 <i>Measurement Model Evaluation</i> .....	152
Tabel 4.11 <i>Discriminant Validity</i> .....	153
Tabel 4.12 <i>Collinearity (VIF)</i> .....	155
Tabel 4.13 <i>Size and Significance of Path Coefficient</i> .....	155
Tabel 4.14 <i>Coefficient of Determination</i> .....	156