

DAFTAR ISI

ABSTRAK	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	6
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1. Maksud Penelitian	7
1.3.2. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1. Kegunaan Praktis	7
1.4.2. Kegunaan Akademis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. <i>E-Commerce</i>	9
2.1.1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	9
2.1.2. Jenis-jenis <i>E-Commerce</i>	9
2.1.3. Keuntungan dan Kerugian <i>E-Commerce</i> Bagi Pembeli dan Penjual.....	11
2.3. Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction</i>)	14
2.3.1. Indikator <i>Customer Satisfaction</i>	15
2.4. Pengalaman Konsumen (<i>Customer Experience</i>).....	16
2.4.1. Indikator <i>Customer Experience</i>	17
2.5. Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>)	19
2.5.1. Indikator Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	19
2.6. Penelitian Sebelumnya dan Kerangka Pemikiran.....	21
2.6.1. Penelitian Sebelumnya.....	21

2.6.2. Kerangka Pemikiran	30
2.7. Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1. Jenis Penelitian	33
3.2. Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian	33
3.3. Jenis dan Sumber Data Penelitian	34
3.3.1. Jenis Data Penelitian.....	34
3.3.2. Sumber Data Penelitian	34
3.4. Operasionalisasi Variabel.....	34
3.5. Metode Penarikan Sampel.....	38
3.6. Metode Pengumpulan Data	39
3.7. Metode Pengolahan/Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	48
4.1.1. Sejarah Blibli	48
4.1.2. Visi dan Misi Blibli	49
4.2. Karakteristik Responden	51
4.2.1. Profil Responden	51
4.3. Analisis Deskriptif.....	54
4.3.1. <i>Customer Satisfaction</i> (X1)	54
4.3.2. <i>Customer Experience</i> (X2)	63
4.3.3. Minat Beli Ulang (Y).....	81
4.4. Uji Asumsi Klasik	85
4.4.1. Uji Normalitas	85
4.4.2. Uji Multikolinearitas.....	86
4.4.3. Uji Heterokedastisitas	86
4.5. Analisis Linear Berganda	87
4.6. Uji Hipotesis.....	88
4.6.1. Uji Parsial (Uji t)	88
4.6.2. Uji Simultan (Uji F).....	89
4.6.3. Koefisien Determinasi	89
4.7. Pembahasan & Interpretasi Penelitian.....	90
4.7.1. Pengaruh <i>Customer Satisfaction</i> terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Blibli.com	90

4.7.2. Pengaruh <i>Customer Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Blibli.com.....	91
4.7.3. Pengaruh <i>Customer Satisfaction & Customer Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang pada Aplikasi Blibli.com	93
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	94
5.1. Simpulan.....	94
5.2. Saran	95
DAFTAR PUSTAKA	97
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	102
LAMPIRAN.....	103