

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BEBAS DARI PLAGIAT	i
PERTANGGUNGJAWABAN	ii
PENGESAHAN	iii
UCAPAN TERIMAKASIH	iv
ABSTRAK	vi
RINGKASAN	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.2.1. Pernyataan Masalah	6
1.2.2. Pertanyaan Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kontribusi Penelitian	7
1.4.1. Kontribusi Teoritis	7
1.4.2. Kontribusi Praktis	8
1.5. Gambaran Kontekstual Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teori	9
2.1.1. <i>E-Commerce</i>	9
2.1.2. Perilaku Konsumen	9
2.1.3. Minat Beli Ulang	10
2.1.4. <i>Desain User Interface</i>	12
2.1.5. <i>User Experience</i>	13
2.1.6. Kelengkapan Produk	14
2.2. Kajian Empiris	15

2.3. Kerangka Konseptual Dan Hipotesis Penelitian	19
2.3.1. Hubungan Keterkaitan Desain <i>User Interface</i> Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Secara <i>Online</i>	19
2.3.2. Hubungan Keterkaitan <i>User Experience</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Secara <i>Online</i>	19
2.3.3. Hubungan Keterkaitan Kelengkapan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Secara <i>Online</i>	20
 BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1. Bentuk Penelitian	22
3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian	22
3.3. Data Penelitian	22
3.4. Populasi Dan Sampel	23
3.5 Variabel Penelitian	24
3.6 Metode Analisis Data	28
3.7 Uji Instrumen	28
3.7.1 Uji Validitas	28
3.7.2 Uji Reliabilitas	29
3.8 Teknik Analisis Data	30
3.8.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	30
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	31
3.8.2.1 Uji Heteroskedastisitas	31
3.8.2.2 Uji Normalitas	32
3.8.2.3 Uji Multikolinearitas	32
3.8.2.4 Uji Linieritas	33
3.8.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
3.9 Uji Hipotesis.....	34
3.9.1 Koefisien Korelasi (R)	34
3.9.2 Uji Kelayakan Model (<i>Goodnes of Fit</i>)/Uji F.....	34
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2)	35
3.9.4 Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik T)	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Karakteristik Responden	37

4.1.1 Jenis Kelamin	37
4.1.2 Usia Responden.....	38
4.1.3 Pengeluaran Responden	38
4.2 Penilaian Perilaku Konsumen.....	39
4.2.1 Jangka Waktu Menggunakan Aplikasi Shopee.....	39
4.2.2 Media Elektronik Yang Sering Digunakan Untuk Berbelanja Pada Aplikasi Shopee.....	40
4.2.3 Kriteria Level Shopee Member	40
4.2.4 Alasan Memilih Menggunakan Aplikasi Shopee	41
4.2.5 Intensitas Berbelanja <i>Online</i> Selama Sebulan Pada Aplikasi Shopee.....	42
4.2.6 Pihak Pengambilan Keputusan	42
4.2.7 Terakhir Kali Menggunakan Aplikasi Shopee.....	43
4.2.8 Jenis Produk Yang Sering Dibeli	44
4.2.9 Kisaran Harga Produk Yang Dibeli	44
4.2.10 Cara Pembayaran Yang Sering Digunakan Saat Berbelanja Pada Aplikasi Shopee.....	45
4.2.11 Notifikasi Aplikasi Shopee Yang Berlebihan	46
4.3 Uji Instrumen	46
4.3.1 Uji Validitas	46
4.3.2 Uji Reliabilitas	48
4.4 Teknik Analisis Data	50
4.4.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	50
4.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	52
4.4.2.1 Uji Heteroskedastisitas	52
4.4.2.2 Uji Normalitas	54
4.4.2.3 Uji Multikolinearitas	55
4.4.2.4 Uji Linieritas	56
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	57
4.6 Uji Hipotesis.....	58
4.6.1 Koefisien Korelasi (R)	58
4.6.2 Uji Kelayakan Model (<i>Goodnes of Fit</i>)/Uji F.....	60
4.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.6.4 Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik T)	62

4.7	Pembahasan.....	64
4.7.1	Pengaruh <i>Desain User Interface</i> Terhadap Minat Beli Ulang	64
4.7.2	Pengaruh <i>User Experience</i> terhadap Minat Beli Ulang	65
4.7.3	Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli Ulang	65
BAB V_PENUTUP		67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran	67