

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Perilaku Konsumen	10
2.1.3 Minat Beli Ulang	14
2.1.4 Kepercayaan Konsumen	18
2.1.5 Kepuasan Konsumen.....	22
2.1.5.1 Elemen Kepuasan Konsumen	23
2.1.5.2 Tipe-tipe Kepuasan Konsumen.....	26
2.1.5.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen	27
2.1.5.4 Ciri-ciri Konsumen yang Puas	30
2.1.6 Loyalitas Konsumen	31
2.2 Hubungan Antar Variabel	34
2.2.1 Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Kepercayaan Konsumen	34
2.2.2 Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen	34
2.2.3 Hubungan Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang	35
2.2.4 Hubungan Loyalitas Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang.....	36
2.3 Model Hipotesis.....	37
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	38
3.2 Definisi Konseptual	38
3.3 Definisi Operasional	41

3.4	Populasi dan Sampel	42
3.4.1	Populasi	42
3.4.2	Sampel	42
3.5	Jenis dan Sumber Data	43
3.6	Metode Pengumpulan Data	44
3.7	Skala Pengukuran	44
3.8	Metode Analisis Data	45
3.8.1	Pengujian Instrumen Data	45
3.8.1.1	Uji Validitas	45
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	46
3.8.2	Teknik Analisis Data	46
3.8.2.1	Statistik Deskriptif	46
3.8.2.2	Analisis Statistik Inferensial	47
3.8.2.2.1	Langkah-Langkah Pengujian PLS.....	48
3.8.3	Model Analisis Persamaan Struktural	55
3.9	Pengujian Hipotesis	56
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Gambaran Umum	57
4.2	Karakteristik Responden	58
4.2.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	58
4.2.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Alamat	59
4.2.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
4.2.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
4.2.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pernah atau Tidaknya Berbelanja Online di Instagram Berryshu.....	62
4.2.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Berapa Kali Melakukan Pembelanjaan di Instagram Berryshu	63
4.3	Hasil Analisis Data	64
4.3.1	Hasil Analisis Data Deskriptif.....	64
4.3.1.1	Variabel Kepuasan Konsumen	64
4.3.1.2	Variabel Kepercayaan Kosneumen	66
4.3.1.3	Variabel Loyalitas Konsumen	68
4.3.1.4	Variabel Minat Beli Ulang	70
4.3.2	Hasil Analisis Data Inferensial	73
4.3.2.1	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>)	73
4.3.2.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	80
4.4	Hasil Pengujian Hipotesis.....	82
4.5	Pembahasan Hipotesis	85
4.5.1	Pengaruh Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>) Terhadap Kepercayaan Konsumen (<i>Customer Trust</i>)	85
4.5.2	Pengaruh Kepuasan Konsumen (<i>Customer Satisfaction</i>) Terhadap Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>)	87
4.5.3	Pengaruh Kepercayaan Konsumen (<i>Customer Trust</i>) Terhadap Minat Beli Ulang(<i>Repurchase Intention</i>)	88
4.5.4	Pengrauh Loyalitas Konsumen (<i>Customer Loyalty</i>) Terhadap Minat Beli Ulang (<i>Repurchase Intention</i>).....	89

V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN