

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Kesenjangan Penelitian	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Ringkasan Metode Penelitian.....	7
1.5. Ringkasan Hasil Penelitian.....	8
1.6. Kontribusi Penelitian.....	8
1.7. Uji Ketahanan.....	9
1.8. Sistematika Penelitian	9
BAB II	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1 Perceived Benefit.....	12
2.1.2. Perceived Risk.....	15
2.1.3 Satisfaction.....	16
2.1.4 Purchase Intention	17
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	17
2.2.1 Pengaruh Perceived Benefit terhadap Satisfaction	17
2.2.2 Pengaruh Perceived Benefit terhadap Purchase Intention.....	18
2.2.3 Pengaruh Perceived Risk terhadap Satisfaction.....	19
2.2.4 Pengaruh Perceived Risk terhadap Purchase Intention	20

2.2.5 Pengaruh Satisfaction terhadap Purchase Intention.....	22
2.3 Penelitian Terdahulu.....	22
2.4. Model Analisis.....	23
BAB III	25
3.1. Pendekatan Penelitian.....	25
3.2. Identifikasi Variabel	25
3.3. Definisi Operasional.....	25
3.4. Jenis dan Sumber Data	28
3.5. Prosedur dan Pengumpulan Data	28
3.6. Proses Pengumpulan Data	29
3.7. Teknik Analisis Data	30
1. <i>Partial Least Square (PLS)</i>	30
BAB IV.....	31
4.1. Gambaran Umum Penelitian	31
4.2. Karakteristik Responden	31
4.3. Deskripsi Tanggapan Responden	33
4.3.1 Variabel Perceived Benefit	33
4.3.2 Variabel Perceived Risk.....	35
4.3.3 Variabel Satisfaction	35
4.3.4 Variabel Purchase Intention	36
4.4. Analisis Model dan Pengujian Hipotesis.....	37
4.4.1 Evaluasi Outer Model	38
4.4.2 Evaluasi Inner Model	42
4.5. Pembahasan	47
4.5.1 Pengaruh Perceived Benefit terhadap Satisfaction.....	47
4.5.2 Pengaruh Perceived Benefit terhadap Purchase Intention.....	49
4.5.3 Pengaruh Perceived Risk terhadap Satisfaction.....	50
4.5.4 Pengaruh Perceived Risk terhadap Purchase Intention	51
4.5.5 Pengaruh Satisfaction terhadap Purchase Intention	52
BAB V	53
5.1 Simpulan.....	53

5.2	Kontribusi Penelitian	53
5.2.1	Bagi Akademisi.....	53
5.2.2	Bagi Pemasar.....	54
5.3	Keterbatasan dan Saran bagi penelitian selanjutnya	55
	DAFTAR PUSTAKA.....	56
	LAMPIRAN	60

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Deskripsi Data Responden32
Tabel 4.2 Jawaban Responden pada Variabel *Perceived Benefit*34
Tabel 4.3 Jawaban Responden pada Variabel *Perceived Risk*35
Tabel 4.4 Jawaban Responden pada Variabel *Satisfaction*36
Tabel 4.5 Jawaban Responden pada Variabel *Purchase Intention*37
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Validitas Konvergen39
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas Konstruk menggunakan AVE40
Tabel 4.8 Hasil Pengujian Validitas Diskriminan *Cros Loading*41
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Reliabilitas42
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)43
Tabel 4.11 Hasil *Predictive Relevance (Q^2)*44
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis Secara Langsung46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Analisis	23
Gambar 4.1 <i>Outer Model Algorithm</i>	38
Gambar 4.2 Hasil Inner Model	45

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A – KUESIONER PENLITIAN	60
LAMPIRAN B – TABULASI DATA RESPONDEN	64
LAMPIRAN C – TABULASI DATA JAWABAN RESPONDEN	69
LAMPIRAN D – DESKRIPSI PROFIL RESPONDEN	74
LAMPIRAN E – DESKRIPSI JAWABAN RESPONDEN	76
LAMPIRAN F – UJI PLS	82