

**DAFTAR ISI**

	<b>Halaman</b>
LEMBAR JUDUL .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN NASKAH SKRIPSI .....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	vii
ABSTRACT .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
DAFTAR SINGKATAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Batasan Masalah .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	8
2.1 Gambaran Umum Perusahaan Shopee .....	8
2.2 Niat Pembelian Kembali .....	8
2.3 Kepercayaan .....	9
2.3.1 Kepercayaan pada <i>Marketplace</i> .....	10
2.3.2 Kepercayaan pada Penjual .....	10
2.4 Mekanisme Berbasis Pihak Ketiga .....	10
2.5 Mekanisme Berbasis Penjual .....	11
2.6 Mekanisme Berbasis Pengalaman .....	11
2.7 <i>Technology Acceptance Model</i> (TAM) .....	12

2.8 Statistika Deskriptif.....	13
2.9 Uji Validitas .....	14
2.10 Uji Reliabilitas .....	15
2.11 <i>Structural Equation Modeling</i> (SEM) .....	15
2.12 <i>Partial Least Square</i> (PLS).....	18
2.12.1 Spesifikasi Model .....	19
2.12.2 Estimasi Parameter <i>Partial Least Square</i> .....	22
2.12.3 Evaluasi Model pada <i>Partial Least Square</i> .....	26
2.12.4 <i>Goodness of Fit</i> (GoF) <i>Index</i> .....	28
2.12.5 Diagram Jalur.....	29
2.12.6 Metode <i>Bootstrapping</i> pada <i>Partial Least Square</i> .....	32
2.12.7 Pengujian Hipotesis .....	33
2.12.8 <i>Software SmartPLS 3.0</i> .....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....	35
3.1 Data dan Sumber Data.....	35
3.2 Metode Pengambilan Sampel .....	35
3.3 Variabel Penelitian.....	36
3.4 Langkah-Langkah Penelitian.....	38
3.5 <i>Flowchart</i> Penelitian.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....	42
4.1 Analisis Deskriptif Pendapat Responden Berdasarkan Pilihan Jawaban Responden .....	42
4.1.1 Uji Validitas .....	42
4.1.2 Uji Reliabilitas .....	44
4.1.3 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	45
4.1.4 Analisis Deskriptif Pendapat Responden Berdasarkan Jawaban Pilihan .....	51
4.2 Pemodelan Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan <i>Marketplace</i> Shopee di Surabaya Berdasarkan Metode SEM-PLS.....	59
4.2.1 Konstruksi Diagram Jalur Penelitian.....	59

4.2.2 Konversi Diagram Jalur Menjadi Model Pengukuran dan Struktural.....	60
4.2.3 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ).....	65
4.2.4 Evaluasi Model Struktural ( <i>Inner Model</i> ).....	69
4.2.5 Uji Keseluruhan Model ( <i>Goodness of Fit Index</i> ).....	71
4.2.6 Pengujian Hipotesis .....	72
4.2.7 Uji Mediasi .....	75
4.3 Analisis dan Interpretasi Model Pengukuran dan Struktural Mengenai Niat Pembelian Kembali Pada Pelanggan <i>Marketplace</i> Shopee di Surabaya .....	75
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan .....	79
5.2 Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul Tabel	Halaman
2.1	Tingkat Keandalan Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	15
2.2	Jenis SEM dan <i>software</i> yang Sesuai	17
3.1	Variabel Penelitian	36
4.1	Uji Validitas	43
4.2	Uji Reliabilitas	44
4.3	Jenis Kelamin Responden	45
4.4	Usia Responden	46
4.5	Pekerjaan Responden	47
4.6	Pendapatan Responden	48
4.7	Pengalaman Berbelanja Responden	49
4.8	Intensitas Pembelian 1 Bulan Terakhir Responden	50
4.9	Kuesioner Variabel Mekanisme Berbasis Pihak Ketiga	51
4.10	Kuesioner Variabel Mekanisme Berbasis Penjual	53
4.11	Kuesioner Variabel Mekanisme Berbasis Pengalaman	54
4.12	Kuesioner Variabel Kepercayaan pada <i>Marketplace</i>	55
4.13	Kuesioner Variabel Kepercayaan pada Penjual	56
4.14	Kuesioner Variabel Niat Pembelian Kembali	58
4.15	Nilai <i>Outer Loading</i>	65
4.16	Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	66
4.17	Nilai <i>Cross Loading</i>	67
4.18	Nilai <i>Composite Reliability</i> dan <i>Cronbach's Alpha</i>	68
4.19	Nilai <i>R-Square</i>	69
4.20	Uji Signifikansi Model Pengukuran	72
4.21	Uji Signifikansi Model Struktural	73
4.22	Nilai <i>Spesific Indirect Effect</i>	75

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul Gambar	Halaman
2.1	Diagram Jalur Penelitian	30
2.2	Model Hubungan Reflektif	31
2.3	Model Hubungan Formatif	32
3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	41
4.1	Jenis Kelamin Responden	45
4.2	Usia Responden	46
4.3	Pekerjaan Responden	47
4.4	Pendapatan Responden	49
4.5	Pengalaman Berbelanja Responden	50
4.6	Intensitas Pembelian 1 Bulan Terakhir Responden	51
4.7	Jawaban Responden Terhadap Variabel Mekanisme Berbasis Pihak Ketiga	52
4.8	Jawaban Responden Terhadap Variabel Mekanisme Berbasis Penjual	53
4.9	Jawaban Responden Terhadap Variabel Mekanisme Berbasis Pengalaman	55
4.10	Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan pada <i>Marketplace</i>	56
4.11	Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan pada Penjual	57
4.12	Jawaban Responden Terhadap Variabel Niat Pembelian Kembali	58
4.13	Diagram Jalur Penelitian	60

**DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Nomor</b>	<b>Judul</b>
1	Kuesioner Penelitian
2	Data Penelitian 150 Responden
3	Uji Validitas Dengan <i>Software</i> SPSS
4	Uji Reliabilitas Dengan <i>Software</i> SPSS
5	<i>Path Coefficient</i>
6	<i>Outer Loading</i>
7	<i>Cronbach's Alpha, Composite Reliability, AVE, R-Square</i>
8	<i>Cross Loading</i>
9	<i>Spesific Indirect Effect</i>
10	Diagram Jalur Hasil Algoritma PLS
11	Diagram Jalur Hasil <i>Bootstrapping</i>

**DAFTAR SINGKATAN**

<b>Singkatan</b>	<b>Keterangan</b>
APJII	= Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia
BPS	= Badan Pusat Statistik
TAM	= <i>Technology Acceptance Model</i>
PU	= <i>Perceived Usefulness</i>
PEOU	= <i>Perceived Ease Of Use</i>
SEM	= <i>Structural Equation Modeling</i>
PLS	= <i>Partial Least Square</i>
CB-SEM	= <i>Covariance Based SEM</i>
VB-SEM	= <i>Variance Based SEM</i>