

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PUBLIKASI	iii
LEMBAR KEASLIAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	13
1.2.1 Identifikasi Masalah	13
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3.1 Maksud Penelitian	14
1.3.2 Tujuan Penelitian	14
1.4.1 Kegunaan Akademis	15
1.4.2 Kegunaan Praktis	15
1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian	15
1.5.1 Lokasi Penelitian	15
1.5.2 Waktu Penelitian	16
BAB II	17
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	17
2.1 Kajian Pustaka	17
2.1.1 Customer Trust	17
2.1.1.1 Definisi Customer Trust	17
2.1.1.2 Karakteristik Customer Trust	18
2.1.1.3 Indikator Customer Trust	20
2.1.2 Niat Beli Kembali	21
2.1.2.1 Definisi Niat Beli Kembali	21

2.1.2.2 Faktor- faktor yang mempengaruhi Niat Beli Kembali	23
2.1.2.3 Karakteristik Niat Beli Kembali.....	24
2.1.2.4 Indikator Niat Beli Kembali.....	25
2.1.3 User-Generated Content.....	26
2.1.3.1 Definisi User-Generated Content.....	26
2.1.3.2 Indikator User Generated Content.....	28
2.1.4 Penelitian Terdahulu.....	29
2.2 Kerangka Pemikiran	33
2.2.1 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap <i>User-Generated Content</i>	34
2.2.2 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap Niat Beli Kembali	35
2.2.3 Pengaruh <i>User Generated Content</i> terhadap Niat Beli Kembali	35
2.2.4 Pengaruh <i>Customer Trust</i> terhadap Niat Beli Kembali yang Dimediasi oleh <i>User Generated Content</i>	36
2.2.5 Paradigma Penelitian.....	37
2.3 Hipotesis.....	37
BAB III.....	39
METODE PENELITIAN	39
3.1 Objek Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	39
3.2.1 Desain Penelitian	41
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	44
3.2.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	48
3.2.3.1 Sumber Data (Primer dan Sekunder)	48
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data	49
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	51
3.2.5.1 Rancangan Analisis	51
3.2.5.2 Analisis Deskriptif (Kualitatif).....	52
3.2.5.3 Analisis Verifikatif (Kuantitatif)	53
3.2.5.4 Pengujian Hipotesis.....	59
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	61

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	61
4.1.2 Logo Perusahaan	62
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	63
4.1.4 Uraian Tugas	63
4.2 Karakteristik Responden	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	66
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	69
4.3 Analisis Deskriptif	70
4.3.1 Analisis Deskriptif <i>Customer Trust</i> (X)	70
4.3.2 Analisis Deskriptif Niat Beli Kembali (Y)	78
4.3.3 Analisis Deskriptif <i>User Generated Content</i> (Z)	89
4.4 Analisis Verifikatif	98
4.4.1 <i>Outer Model</i>	99
4.4.2 <i>Outer Model</i>	100
4.4.3 <i>Inner Model</i>	105
BAB V	120
KESIMPULAN DAN SARAN	120
5.1 Kesimpulan	120
5.2 Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124