

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Matahari Department Store.....	1
1.1.2 Mataharistore.com	2
1.1.3 Mataharimall.com	4
1.2 Latar Belakang Penelitian	5
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Pertanyaan Penelitian	10
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	11
1.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	12
1.8 Sistematika Penulisan	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian	15
2.1.1 Manajemen Rantai Pasok.....	15
2.1.2 Pengembangan <i>E-commerce</i>	16
2.1.3 <i>Multichannel Retailing</i>	18
2.1.4 Reputasi Perusahaan	18
2.1.5 Atribut Situs <i>Online</i>	19
2.1.6 <i>Intangibility & Perceived Risk</i>	19
2.1.7 <i>Customer Relationship Management</i>	20
2.1.8 Sikap dan Niat Beli	21
2.1.9 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kerangka Pemikiran.....	29
2.3 Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
3.1 Karakteristik Penelitian.....	33
3.2 Alat Pengumpulan Data	34
3.2.1 Variabel Operasional	34
3.2.2 Validitas Muka (<i>Face Validity</i>)	46
3.2.3 Skala Pengukuran	46
3.3 Tahapan Penelitian.....	47
3.4 Populasi dan Sampel	48
3.4.1 Populasi.....	48
3.4.2 Sampel	49
3.4.3 Teknik Sampling.....	50
3.5 Pengumpulan Data	51

3.6	Validitas, Reliabilitas dan Normalitas Data	50
3.6.1	Uji Validitas	52
3.6.2	Uji Reliabilitas	53
3.6.3	Uji Normalitas.....	54
3.7	Teknik Analisis Data.....	55
3.7.1	Pendekatan CB-SEM	56
3.7.2	Uji Model Penelitian.....	57
3.7.2.1	<i>Chi Square</i>	58
3.7.2.2	<i>Goodness of Fit dan Adjusted Goodness of Fit (GFI dan AGFI)</i>	58
3.7.2.3	<i>Root Mean Residual (RMR) dan Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)</i>	58
3.7.2.4	<i>Normed Fit Index (NFI), CFI, IFI, dan RFI</i>	59
3.7.3	Uji Hubungan Antar Konstruk.....	59
BAB IV PEMBAHASAN.....		61
4.1.	Karakteristik Responden	61
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	64
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan Matahari Department Store (MDS)	65
4.2	Hasil Penelitian	65
4.2.1	Hasil Uji Validitas <i>Measurement Model</i>	66
4.2.1.1	<i>Absolute Fit Indices</i>	66
4.2.1.2	<i>Incremental Fit Indices</i>	68

4.2.2 Hasil Uji Hubungan Antar Konstruk (<i>Structural Model</i>)	68
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	70
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN I	89
LAMPIRAN II	97
LAMPIRAN III.....	101