

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Penetrasi Pengguna Internet Dunia	2
Tabel 1.2 Total Belanja Global Menggunakan <i>E-Commerce</i>	3
Tabel 1.3 Hasil Survey Data Pengguna Internet di Indonesia	4
Tabel 1.4 Total Belanja di Indonesia dengan Menggunakan <i>E-Commerce</i>	5
Tabel 1.5 Hasil Pra-Survey Keputusan Pembelian	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	42
Tabel 3.1 Definisi Operational dan Pengukuran Variabel	51
Tabel 3.2 Skala Pengukuran Likert	56
Tabel 3.3 <i>Goodness of Fit Index</i>	61
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	78
Tabel 4.2 Usia Responden.....	79
Tabel 4.3 Pendidikan Responden.....	80
Tabel 4.4 Frekuensi Belanja Online Dalam Satu Bulan.....	81
Tabel 4.5 Pengeluaran Belanja Online Dalam Satu Bulan	81
Tabel 4.6 Analisis Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	82
Tabel 4.7 Analisis Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	83
Tabel 4.8 Analisis Variabel Sikap Konsumen	84
Tabel 4.9 Analisis Variabel Keputusan Pembelian.....	84
Tabel 4.10 Hasil Uji Kecocokan Model Penelitian.....	86
Tabel 4.11 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Ease of Use</i>	89
Tabel 4.12 Uji Validitas Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	91
Tabel 4.13 Uji Validitas Variabel Sikap Konsumen	93
Tabel 4.14 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	95
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis Penelitian	104