

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1.	Pertumbuhan Penjualan B2C <i>E-commerce</i> Seluruh Dunia 4 Berdasarkan Negara Pada Tahun 2012-2017 (Presentase%)	4
1.2.	Top 10 <i>Popular Brand Index</i> (PBI) <i>Online Hotel and Ticket Booking site</i> di Indonesia 5	5
1.3.	Top 10 <i>Frequent Visitor Online Hotel and Ticket Booking site</i> di Indonesia 6	6
1.4.	<i>Top Brand Award</i> Situs <i>Online Booking</i> Tiket dan Travel 2015-2016.... 7	7
1.5.	<i>Top Brand Award</i> Situs <i>Online Reservasi Hotel</i> 2015-2016..... 7	7
2.1.	Penelitian Terdahulu..... 30	30
3.1.	Operasional Variabel Minat Beli Ulang 41	41
3.2.	Operasional Variabel Kemudahan Penggunaan 41	41
3.3.	Operasional Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i> 42	42
3.4.	Operasional Variabel <i>Marketing Communication</i> 42	42
3.5.	Skala Likert 43	43
3.6.	Cara Penghitungan Sampel 45	45
3.7.	Parameter Uji Validitas dalam Model Pengukuran PLS 54	54
3.8.	Parameter Uji Reliabilitas dalam Model Pengukuran PLS 55	55
4.1.	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 60	60
4.2.	Responden Berdasarkan Usia 61	61
4.3.	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir..... 61	61
4.4.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i> 62	62
4.5.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Electronic Word Of Mouth</i> 63	63
4.6.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Marketing Communication</i> 64	64
4.7.	Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli Ulang 66	66
4.8.	Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i> 68	68
4.9.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity</i> 69	69
4.10.	Hasil Pengujian <i>Discriminant Validity (Fornell Lacker Criterium)</i> 71	71
4.11.	Hasil Pengujian <i>Average Variance (AVE)</i> 72	72
4.12.	Hasil Pengujian <i>Composite Reliability</i> 72	72
4.13.	Hasil Pengujian <i>Cronbach Alpha</i> 73	73
4.14.	Nilai <i>R-Square</i> 73	73
4.15.	Hasil Pengujian Hipotesis 76	76



UNIVERSITAS
MERCU BUANA