

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet Di Indonesia	3
GAMBAR 1.2 Petumbuhan <i>Online Shopper</i> di Indonesia	5
GAMBAR 1.3 Estimasi Penjualan B2C E-commerce Menurut Negara (Dalam Miliar)	6
GAMBAR 1.4 Usia Pengguna Internet.....	7
GAMBAR 2.1 <i>Technology acceptance Model (TAM)</i>	20
GAMBAR 2.2 Kerangka Pemikiran	34
GAMBAR 3.1 Tahapan Penelitian	49
GAMBAR 3.2 Garis Kontinum Kriteria Penelitian.....	56
GAMBAR 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
GAMBAR 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia.....	61
GAMBAR 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal.....	62
GAMBAR 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	63
GAMBAR 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
GAMBAR 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	65
GAMBAR 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Untuk Belanja Online 3 Bulan Terakhir	66
GAMBAR 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk Yang Dibeli Secara Online.....	67
GAMBAR 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat yang Digunakan Untuk Mengakses E-commerce	68
GAMBAR 4.10 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan E-Commerce	69
GAMBAR 4.11 Garis Kontinum Variabel <i>Perceived Usefulness</i>	71
GAMBAR 4.12 Garis Kontinum Variabel <i>Perceived Ease Of Use</i>	73
GAMBAR 4.13 Garis Kontinum Variabel Web Retailer Reputation.....	75
GAMBAR 4.14 Garis Kontinum Variabel <i>Satisfaction With Past Online Transactions</i>	77
GAMBAR 4.15 Garis Kontinum Variabel <i>Trust</i>	80

GAMBAR 4.16 Garis Kontinum Variabel <i>Perceived Risk</i>	82
GAMBAR 4.16 Garis Kontinum Variabel <i>Intention To Transact</i>	84
GAMBAR 4.18 Garis Kontinum Variabel <i>Actual Transaction</i>	85