

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Kriteria Penelitian	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.3 Persentase Distribusi Pengguna e-commerce Tiap Kota	39
Tabel 3. 4 Perhitungan Responden Masing-masing Kota	39
Tabel 3.5 Klasifikasi Interpretasi Skor Variabel.....	42
Tabel 3.6 Jenis SEM dan <i>Software</i> yang Sesuai	44
Tabel 4.1 Presentase <i>Screening Question Responden</i>	50
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Pada Variabel Service User Interface	56
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Service Information Quality</i>	57
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Perceived Security</i>	59
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Customer Feedback</i>	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Perceived Privacy</i>	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Perceived Risk</i>	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Perception of Website Quality</i> .	65
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>E-customer Satisfaction</i>	66
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>E-customer Trust</i>	68
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Pada Variabel <i>E-customer Loyalty</i>	70
Tabel 4.12 <i>Convergent Validity</i> (Awal)	73
Tabel 4.13 <i>Convergent Validity</i> (Final).....	74
Tabel 4.14 <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	75
Tabel 4.15 Diskriminan <i>Validity</i>	75
Tabel 4.16 Uji Realibilitas	77
Tabel 4.17 <i>R-Square</i>	78
Tabel 4.18 <i>Effect Size f²</i>	80
Tabel 4.19 GoF Rata-Rata Nilai <i>Communality</i>	80
Tabel 4.20 Pengujian Hipotesis (<i>Path Coefficient</i>).....	81