

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3. 1 Variabel Operasional	20
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	25
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	31
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1.....	37
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2.....	37
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X3.....	38
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Skor	39
Tabel 4.1 Analisis Deskriptif Dimensi Advertising (Periklanan)	48
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Dimensi Sales promotion (Promosi penjualan)	49
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Dimensi Public Relations and Publicity (Hubungan Masyarakat dan Publisitas)	50
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Dimensi Direct Marketing (Pemasaran Langsung)	51
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif Dimensi Personal Selling (Penjualan Pribadi)	52
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif Dimensi Speed (Kecepatan)	53
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Dimensi Availability (Ketersediaan)	54
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Dimensi Accessibility (Kemudahan Akses)	56
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Dimensi Integrity (Integritas Jaringan).....	57
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Dimensi Retainability (Keberlangsungan Layanan)...	58
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Dimensi Pengenalan Kebutuhan	59
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Dimensi Pencarian Informasi.....	61
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Dimensi Evaluasi Alternatif	62
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Dimensi Keputusan Pembelian	63
Tabel 4.15 Analisis Deskriptif Dimensi Perilaku Pasca Pembelian	64

Tabel 4.16 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pemasangan Gratis	65
Tabel 4.17 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Jaringan	66
Tabel 4.18 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian	68
Tabel 4.19 Kesimpulan Hasil Analisis Deskriptif	69
Tabel 4.20 Hasil Uji Normalitas	70
Tabel 4.21 Hasil Uji Multikolinearitas	72
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis T	73
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis F	74
Tabel 4.24 Hasil Koefisien Determinasi.....	74