

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Tabel 1.2 Alasan Utama Penggunaan Internet di Indonesia.....	3
Tabel 1.3 Traffic Visitor E-Commerce di Indonesia .....	7
Tabel 1.4 Penetrasi Nilai Belanja Iklan Online di Asia Pasific .....	11
Tabel 1.5 Nilai Belanja Iklan situs e-commerce di Indonesia Tahun 2017 .....	11
Tabel 1.6 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	67
Tabel 3.2 Interval dari Kriteria.....	73
Tabel 3.3 Jenis dan Sumber Data .....	75
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	94
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	94
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan .....	95
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	96
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	96
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Mengakses Situs Online .....	97
Tabel 4.7 Analisis Responden Terhadap Empathy (X1) .....	100
Tabel 4.8 Analisis Responden Terhadap Persuasion (X2) .....	103
Tabel 4.9 Analisis Responden Terhadap Impact (X3).....	106
Tabel 4.10 Analisis Responden Terhadap Communication (X4).....	109
Tabel 4.11 Analisis Responden Terhadap Niat Beli (Y) .....	113
Tabel 4.12 Interpretasi Uji Validitas item Empathy .....	117
Tabel 4.13 Interpretasi Uji Validitas item Persuasion .....	118
Tabel 4.14 Interpretasi Uji Validitas item Impact .....	118

Tabel 4.15 Interpretasi Uji Validitas item Communication.....	119
Tabel 4.16 Interpretasi Uji Validitas item Niat Beli.....	120
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas item Empathy .....	121
Tabel 4.18 Uji Reliabilitas item Persuasion .....	121
Tabel 4.19 Uji Reliabilitas item Impact.....	122
Tabel 4.20 Uji Reliabilitas item Communication.....	122
Tabel 4.21 Uji Reliabilitas item Niat Beli .....	122
Tabel 4.22 Interpretasi Uji Reliabilitas.....	122
Tabel 4.23 Model Summary Analisis Regresi Berganda.....	123
Tabel 4.24 Analysis of Variance .....	124
Tabel 4.25 Coefficients Analisis Regresi Berganda.....	125

