

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jenis Situs Belanja <i>Online</i> yang digunakan oleh pengguna internet di Indonesia.....	6
Tabel 1.2 Enam Teratas Anggaran Situs Belanja Online 2015.....	9
Tabel 2.1 Penjelasan dari 5M.....	22
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	36
Tabel 3.2 Variabel Operasional Penelitian.....	37
Tabel 3.3 Hasil uji validitas variabel <i>celebrity endorser</i> (X).....	46
Tabel 3.4 Hasil uji validitas variabel Minat Beli(Y).....	46
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Penelitian	48
Tabel 3.6 Klasifikasi Penilaian Persentase.....	49
Tabel 3.7 Skema Output Anova.....	53
Tabel 4.1 Sebaran Data Responden Berdasarkan Umur	58
Tabel 4.2 Sebaran Data Responden Berdasarkan Besar Pengeluaran.....	59
Untuk Belanja <i>Online</i>	59
Tabel 4.3 Sebaran Data Responden Berdasarkan Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.4 Skor jawaban responden terhadap Item-item pertanyaan pada variabel <i>celebrity endorser</i> (X)	60
Tabel 4.5 Skor jawaban responden terhadap Item-item pertanyaan pada sub-variabel <i>visibility</i> (X1).....	62
Tabel 4.6 Skor jawaban responden terhadap Item-item pertanyaan pada sub-variabel <i>credibility</i> (X2).....	63

Tabel 4.7 Skor jawaban responden terhadap Item-item pertanyaan pada sub-variabel <i>attractiveness</i> (X3)	64
Tabel 4.8 Skor jawaban responden terhadap Item-item pertanyaan pada sub-variabel <i>power</i> (X4)	65
Tabel 4.9 Skor jawaban responden terhadap item-item pertanyaan pada variabel minat beli (Y)	66
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	70
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Nilai Koefisien Regresi	72
Tabel 4.12 Nilai Koefisien Korelasi <i>PearsonProduct Moment</i>	73
Tabel 4.13 Koefisien Korelasi dan Taksirannya	73
Tabel 4.14 Nilai Koefisien <i>Beta</i> dan <i>Zero Order</i>	74
Tabel 4.15 Hasil Uji F.....	75
Tabel 4.16 Hasil Uji T.....	76
Tabel 4.17 Hasil Hipotesis	81