

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung B2C Multi-brand Per Bulan.....	6
Tabel 1.2 Faktor-Faktor Pembelian Pada Lazada.co.id.....	8
Tabel 2.1 Penelitian Skripsi Terdahulu.....	20
Tabel 2.2 Jurnal Nasional.....	24
Tabel 2.3 Jurnal Internasional.....	28
Tabel 3.1 Variabel Operasional.....	37
Tabel 3.2 Tabel Responden.....	39
Tabel 4.1 <i>KMO and bartlett's test</i>	56
Tabel 4.2 <i>Anti – image matrices</i>	57
Tabel 4.3 <i>Communalities</i>	58
Tabel 4.4 <i>Total Variance Expkained</i>	61
Tabel 4.5 <i>Component Matrix</i>	63
Tabel 4.6 <i>Rotated Component Matrix</i>	64
Tabel 4.7 <i>Component Faktor I</i>	65
Tabel 4.8 <i>Component Faktor II</i>	66
Tabel 4.9 <i>Component Faktor III</i>	66
Tabel 4.10 <i>Component Faktor IV</i>	67
Tabel 4.11 <i>Component Faktor V</i>	67
Tabel 4.12 <i>Component Faktor VI</i>	68
Tabel 4.13 <i>Component Faktor VII</i>	68
Tabel 4.14 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Lazada.....	69