

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Jenis <i>E-commerce</i> di Indonesia	2
GAMBAR 1.2 Data Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	4
GAMBAR 1.3 Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Pekerjaan	5
GAMBAR 1.4 Perilaku Pengguna Internet Indonesia	6
GAMBAR 1.5 Kota dengan Jumlah Pembelanja <i>Online</i> Teraktif	8
GAMBAR 1.6 Data dan Perkiraan Peningkatan Penjualan <i>E-commerce</i> di Dunia	9
GAMBAR 1.7 Penjualan Ritel <i>E-commerce</i> di Asia Tenggara	10
GAMBAR 1.8 Grafik Perbandingan Trafik Situs <i>E-commerce</i> di Indonesia	11
GAMBAR 2.1 Model Kerangka Pemikiran	45
GAMBAR 3.1 Tahapan Penelitian	56
GAMBAR 3.2 Tahapan <i>Structural Equation Modelling</i> (SEM)	64
GAMBAR 3.3 Kerangka Konseptual	66
GAMBAR 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	71
GAMBAR 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Strata Pendidikan	72
GAMBAR 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Belanja <i>Online</i>	72
GAMBAR 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Biaya Belanja <i>Online</i>	73
GAMBAR 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Perusahaan <i>Online</i> yang Sering Dipakai	74
GAMBAR 4.6 Uji Normalitas	75
GAMBAR 4.7 Uji <i>Multicollinearity</i>	77
GAMBAR 4.8 <i>Loading Factor</i> Tiap Variabel	79
GAMBAR 4.9 <i>T-value</i> Pada Model Penelitian	83
GAMBAR 4.10 Koefisien Regresi Pada Model Penelitian	84