

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Survey tentang <i>Sales Promotion</i> , <i>Website Quality</i> dan <i>Impulse Buying</i> Pada Berrybenka .....	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 2.2 Jurnal Internasional .....	46
Tabel 2.3 Jurnal Nasional .....	49
Tabel 3.1 Variabel Operasional .....	55
Tabel 3.2 Skala Pengukuran .....	57
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Skor .....	63
Tabel 3.4 Hasil <i>Convergent Validity</i> .....	68
Tabel 3.5 Hasil <i>Outer Loading</i> .....	68
Tabel 3.6 Hasil <i>Composite Reliability</i> .....	69
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	71
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	73
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	76
Tabel 4.5 Karakteristik mengetahui e-commerce Berrybenka .....	77
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Sales Promotion</i> .....	79
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Website Quality</i> .....	82
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Impulse Buying</i> .....	86
Tabel 4.9 Hasil <i>Convergent Validity</i> .....	90
Tabel 4.10 Hasil <i>Discriminant Validity</i> .....	91
Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas .....	92
Tabel 4.12 Nilai R-Square .....	94
Tabel 4.13 <i>Path Coefficients</i> .....	95