

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tanggapan Responden Terhadap <i>Social Commerce Construct</i> , <i>Consumer Trust</i> dan <i>Purchase Intention</i>	20
Tabel 2.1 Ulasan Penelitian Skripsi	36
Tabel 2.2 Ulasan Jurnal Nasional	41
Tabel 2.3 Ulasan Jurnal Internasional	46
Tabel 3.1 Operasional Variabel <i>Social Commerce Construct</i>	56
Tabel 3.2 Operasional Variabel <i>Consumer Trust</i>	57
Tabel 3.3 Operasional Variabel <i>Purchase Intention</i>	58
Tabel 3.4 Instrumen Skala Likert	59
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Social Commerce Construct</i>	64
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas <i>Consumer Trust</i>	64
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas <i>Purchase Intention</i>	65
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 3.9 Kriteria Interpretasi Skor.....	67
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Commerce Construct</i>	81
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Consumer Trust</i>	87
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Purchase Intention</i>	91
Tabel 4.4 Tabel <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	98
Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	99
Tabel 4.6 Analisis Korelasi	103
Tabel 4.7 Hasil Uji T (<i>Partial</i>) Sub-Struktur 1	106
Tabel 4.8 Hasil Uji R Sub-Struktur 1	106
Tabel 4.9 <i>Anova</i> Sub-Struktur 2	109
Tabel 4.10 Hasil Uji T (<i>Partial</i>) Sub-Struktur 2	111
Tabel 4.11 Hasil Uji R Sub-Struktur 2	111
Tabel 4.12 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	114