

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data <i>E-Commerce</i> yang ada di Indonesia Q3-2019	6
Tabel 1.2	<i>Fashion</i> dan <i>Beauty E-Commerce</i> di Indonesia	8
Tabel 1.3	Hasil Kuesioner Pendahuluan mengenai (<i>Efficiency, Fullfillment, Privacy</i> atau <i>Security, Responsiveness, Compensation, Contact</i>) tentang E-Service Sociolla	13
Tabel 1.4	Hasil Kuesioner Pendahuluan mengenai (<i>Trust, Commitment, Communication, dan Penyelesaian permasalahan/Konflik</i>) tentang <i>Relationship Marketing</i> pada <i>Sociolla</i>	18
Tabel 1.5	Hasil Kuesioner Pendahuluan mengenai (<i>Ability, Benevolence dan Integrity</i>) tentang <i>Consumer Trust</i> pada <i>Sociolla</i>	20
Tabel 2.2	Jurnal Nasional	34
Tabel 2.3	Jurnal Internasional	41
Tabel 2.4	Skripsi Terdahulu	44
Tabel 3.1	Operasional Variabel	54
Tabel 3.2	Skala Penelitian Likert	60
Tabel 3.3	Tabel Prentasi Kriteria Interpretasi Skor	70
Tabel 4.1	Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel E-Service Quality pada Dimensi <i>Efficiency</i>	82
Tabel 4.2	Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel E-Service Quality pada Dimensi <i>Fullfillment</i>	83
Tabel 4.3	Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel E-Service Quality pada Dimensi <i>Privacy/Security</i>	85
Tabel 4.4	Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel E-Service Quality pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	86
Tabel 4.5	Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel E-Service Quality pada Dimensi <i>Compentation</i>	88
Tabel 4.6	Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel E-Service Quality pada Dimensi <i>Contact</i>	89
Tabel 4.7	Distribusi Tanggapan Responden pada Variabel E-Service Quality ...	90

Tabel 4.8 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Relationship Marketing pada Dimensi Trust	91
Tabel 4.9 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Relationship Marketing pada Dimensi Commitment	92
Tabel 4.10 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Relationship Marketing pada Dimensi Communication	93
Tabel 4.11 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Relationship Marketing pada Dimensi Penyelesaian Konflik	94
Tabel 4.12 Distribusi Tanggapan Responden pada Variabel Relationship Marketing	95
Tabel 4.13 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Consumer Trust pada Dimensi Ability	96
Tabel 4.14 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Consumer Trust pada Dimensi Benevolence	97
Tabel 4.15 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Consumer Trust pada Dimensi Integrity.....	97
Tabel 4.16 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Consumer Trust pada Dimensi Willingnes to Depend	98
Tabel 4.17 Tabel Jawaban Responden terhadap Variabel Consumer Trust pada Dimensi Probability of Depending	100
Tabel 4.18 Ditribusi Tanggapan Responden pada Variabel Consumer Trust.....	101
Tabel 4.19 Hasil Uji Validitas	102
Tabel 4.20 Hasil Uji Realibilitas	104
Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas.....	106
Tabel 4.22 Hasil Uji Multikolonearitas.....	108
Tabel 4.23 Hasil Regresi Linier Berganda	110
Tabel 4.24 Hasil Uji Parsial	111
Tabel 4.25 Hasil Uji Simultan	112
Tabel 4.25 Hasil Uji Koefisien Determinasi	113