

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Resume Peringkat Kunjungan Situs E-Commere .....	8
Tabel 1.2 Bounce Rate Snapshot.....	11
Tabel 1.3 Top 10 Keluhan Pelanggan Blanja.Com Melalui Twitter.....	12
Tabel 2.1 Resume Penelitian Terdahulu Terkait Customer Experience Dan Repurchase Intention Online .....	64
Tabel 2. 2 Variabel Yang Terkait Langsung Dengan Repurchase Intention Berdasarkan Kajian Pustaka.....	75
Tabel 3.1 Variabel Operasional .....	82
Tabel 3.2 Ringkasan Rule Of Thumb Uji Validitas .....	95
Tabel 3.3 Ringkasan Rule Of Thumb Uji Reliabilitas .....	96
Tabel 3.4 Ringkasan Rule Of Thumb Inner Model.....	97
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Pengalaman Melakukan Pembelian Di Blanja.Com Minimal 3 Kali .....	102
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	103
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	104
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	105
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	107
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Produk Yang Dibeli.....	108
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian .....	110
Tabel 4.8 Pedoman Kategorisasi Skor Tanggapan Responden.....	111
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Usability .....	112
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Interaction With The Company.....	113
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Customization .....	114
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Network Effects .....	115
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Trust .....	116
Tabel 4.14 Deskripsi Variabel Product & Price .....	117
Tabel 4.15 Deskripsi Variabel Fulfillment/Reliability.....	118
Tabel 4.16 Deskripsi Variabel Communication.....	118
Tabel 4.17 Deskripsi Variabel Aesthetics .....	119
Tabel 4.18 Deskripsi Variabel Repurchase Intention.....	120

Tabel 4.19 Uji Validitas Konvergen Dan Uji Reliabilitas.....	123
Tabel 4.20 Pengujian Cross Loading .....	127
Tabel 4.21 Uji Validitas Diskriminan Second Order (Fornell Lacker Criterion) .....	131
Tabel 4.22 Hasil R Square.....	134
Tabel 4.23 Uji Predictive Relevance Q2.....	135
Tabel 4.24 Hasil Uji Statistik Sesuai Urutan Hipotesis.....	135
Tabel 4.25 Hasil Uji Statistik Sesuai Besaran Pengaruh.....	136
Tabel 4.26 Hasil Pengujian Hipotesis 1 .....	137
Tabel 4.27 Hasil Pengujian Hipotesis 2 .....	138
Tabel 4.28 Hasil Pengujian Hipotesis 3 .....	139
Tabel 4.29 Hasil Pengujian Hipotesis 4 .....	141
Tabel 4.30 Hasil Pengujian Hipotesis 5 .....	142
Tabel 4.31 Hasil Pengujian Hipotesis 6 .....	143
Tabel 4.32 Hasil Pengujian Hipotesis 7 .....	144
Tabel 4.33 Hasil Pengujian Hipotesis 8 .....	145
Tabel 4.34 Hasil Pengujian Hipotesis 9 .....	146
Tabel 4.35 Path Koefisien Model Struktural Kelompok < 3kali.....	150
Tabel 4.36 Path Koefisien Model Struktural Kelompok $\geq$ 3kali.....	151
Tabel 4.37 Hasil Perhitungan Nilai T Hitung Moderasi Kelompok Frekuensi Pembelian .....	152