

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah <i>Traffic Website</i> dan <i>Followers Instagram beauty e-commerce</i> Indonesia.....	10
Tabel 2.1 Jurnal Internasional.....	34
Tabel 2.2 Jurnal Nasional.....	45
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	52
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	55
Tabel 3.3 Skala Pengukuran.....	60
Tabel 3.4 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	69
Tabel 3.5 Kriteria Evaluasi Model.....	72
Tabel 4.1 Hasil Penilaian Responden untuk Variabel Pembelian Impulsif.....	79
Tabel 4.2 Klasifikasi Dimensi Variabel Pembelian Impulsif.....	84
Tabel 4.3 Hasil Perhitungan Variabel <i>E-ServQual</i>	85
Tabel 4.4 Klasifikasi Dimensi Variabel <i>E-ServQual</i>	90
Tabel 4.5 Hasil Perhitungan Variabel Kepuasan Pelanggan.....	91
Tabel 4.6 Klasifikasi Dimensi Variabel Kepuasan Pelanggan.....	92
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Variabel Loyalitas Pelanggan.....	93
Tabel 4.8 Klasifikasi Dimensi Variabel Loyalitas Pelanggan.....	94
Tabel 4.9 Hasil <i>Average Variance Expected</i> (AVE)	95
Tabel 4.10 Hasil <i>Loading Factor</i> Pertama.....	96
Tabel 4.11 Hasil <i>Loading Factor</i> Kedua.....	98
Tabel 4.12 Hasil <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	100
Tabel 4.13 <i>Cross Loading</i>	101
Tabel 4.14 <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	102
Tabel 4.15 Uji <i>Multicollinearity</i>	103
Tabel 4.16 <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	105

Tabel 4.17 Hasil <i>R-Square</i>	107
Tabel 4.18 Hasil <i>Model Fit</i>	107
Tabel 4.19 Hasil <i>Q-Square</i>	108
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis.....	109
Tabel 4.21 Kesimpulan Uji Hipotesis.....	110