

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 perbandingan aplikasi dalam kategori E-Commerce & Shopping	23
Tabel 1.2 Keluhan Konsumen Carousell Pada Platform IOS Apps Store	25
Tabel 1. 3 Keluhan Konsumen Carousell Pada Platform Android Play Store	
.....	27
Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	49
Tabel 2.2 Sintesa Penelitian.....	59
Tabel 3 1 Karakteristik Penelitian	71
Tabel 3 2 Skala Likert	73
Tabel 3.3 Operasional Variabel	73
Tabel 3 4 Uji Validitas	98
Tabel 3.5 Uji Reabilitas	104
Tabel 4.1 Response Rate Of Respondents.....	111
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	112
Tabel 4.3Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah	112
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	113
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	114
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	114
Tabel 4.7Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulannya.....	115
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi Mobile Commerce Carousell Setiap Bulannya ...	116
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (Assurance).....	117
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Informasi (Information Quality)	118
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Personalisasi (Personalization)	119
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kendala (Reliability)	119
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (Responsiveness)	121
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan (Security)	122

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Kegunaan (Usability)	123
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction)	124
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Niat Loyalitas Pelanggan (Customer Loyalty Intention)	125
Tabel 4.18 Hasil Descriptive Statistic	127
Tabel 4.19 Hasil Outer Loading (A)	129
Tabel 4.20 Hasil Outer Loading (B)	133
Tabel 4.21 Hasil Average Variance Extranted (AVE)	135
Tabel 4.22 Hasil Cross Loading	136
Tabel 4.23 Fornell-larcker criterion	137
Tabel 4.24 Composite Reliability	138
Tabel 4.25 Cronbach's Alpha	139
Tabel 4.26 koefisien determinasi	141
Tabel 4.27 Q-Square	142
Tabel 4.28 Effect Size (f²)	143
Tabel 4.29 Path Coefficient Bootstrapping (Directional)	144
Tabel 4.30 Path Coefficient Bootstrapping (Non-Directional)	145
Tabel 4.31 Importance and Performance Matrix Analysis Customer Loyalty Intention	160
Tabel 4.32 Pembahasan IPMA Customer Loyalty Intention	162