

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Peneliti Terdahulu.....	28
Tabel 3.1	Karakteristik Penelitian	43
Tabel 3.2	Operasional Variabel	44
Tabel 3.3	Skala Kategori	47
Tabel 3.4	Kriteria Responden Kualitatif	52
Tabel 3.5	Hasil <i>Face Validity</i> Dengan Para Pakar	56
Tabel 3.6	Hasil Uji Validitas	57
Tabel 3.7	Klasifikasi Penilaian Persentase	61
Tabel 3.8	<i>Rule of Thumb</i> Pengukuran	64
Tabel 4.1	Karakteristik Responden	66
Tabel 4.2	Klasifikasi Penilaian Persentase.....	70
Tabel 4.3	Analisa Variabel <i>Performance Expectancy (PE)</i>	71
Tabel 4.4	Analisa Variabel <i>Effort Expectancy (EE)</i>	72
Tabel 4.5	Analisa Variabel <i>Social Influence (SI)</i>	73
Tabel 4.6	Analisa Variabel <i>Facilitating Conditions (FC)</i>	75
Tabel 4.7	Analisa Variabel <i>Hedonic Motivation (HM)</i>	76
Tabel 4.8	Analisa variabel <i>Technology Trust (TT)</i>	78
Tabel 4.9	Analisa Variabel <i>Word of Mouth (WoM)</i>	79
Tabel 4.10	Analisa Variabel <i>Behavioral Intention (BI)</i>	81
Tabel 4.11	Analisa Variabel <i>User Behavior (UB)</i>	82
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Model Pengukuran.....	85
Tabel 4.13	Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>Fornell–Larcker</i>	87
Tabel 4.14	Hasil Uji Validitas Diskriminan <i>Cross Loading</i>	87
Tabel 4.15	Hasil Uji Reliabilitas Model Pengukuran	89
Tabel 4.16	Hasil Uji <i>Collinearity</i> Model Struktural	90
Tabel 4.17	Hasil Uji <i>R-Square</i> Model Struktural.....	91
Tabel 4.18	Hasil Pengukuran <i>F-Square</i>	92
Tabel 4.19	Hasil Pengukuran <i>Q-Square</i>	92
Tabel 4.20	Uji <i>Goodness of Fit</i> dari Model Penelitian	93

Tabel 4.21 Hasil Pengujian Hipotesis <i>Path Coefficient</i>	95
Tabel 4.22 Karakteristik Narasumber	107
Tabel 4.23 Pertanyaan dan Jawaban Terkait Pemahaman eSIM	108
Tabel 4.24 Pertanyaan dan Jawaban kelebihan dan kekurangan eSIM.....	109
Tabel 4.25 Pertanyaan dan jawaban alasan belum menggunakan eSIM.....	110
Tabel 4.26 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>Performance Expectancy (PE)</i>	112
Tabel 4.27 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>Effort Expectancy (EE)</i>	114
Tabel 4.28 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>Social Influence (SI)</i>	116
Tabel 4.29 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>Facilitating Condition (FC)</i>	117
Tabel 4.30 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>Hedonic Motivation (HM)</i>	119
Tabel 4.31 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>Technology Trust (TT)</i>	121
Tabel 4.32 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>Word of Mouth (WoM)</i>	123
Tabel 4.33 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>Behavioral Intention (BI)</i>	124
Tabel 4.34 Pertanyaan dan jawaban variabel <i>User Behavior (UB)</i>	125
Tabel 4.35 Hasil Uji Validasi	134