

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Relevan.....	21
Tabel 3.1 Populasi Penelitian.....	27
Tabel 3.2 Pedoman Pemberian Skor.....	33
Tabel 3.3 Layout Angket.....	33
Tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan dana yang disediakan untuk belanja online perbulan dan jenis kelamin.....	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Berbelanja Online Dalam Satu Bulan Dan Aplikasi Yang Digunakan Selain Tokopedia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan dana yang disediakan untuk belanja online perbulan dan Aplikasi Yang Digunakan Selain Tokopedia.....	56
Tabel 4.4 Score kriterianya.....	57
Tabel 4.5 Penilaian Responden Terhadap Indikator Accessibility (Aksesibilitas) (X1.1).....	58
Tabel 4.6 Penilaian Responden Terhadap Indikator Interactivity (Interaktivitas) (X1.2).....	59
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Indikator Entertainment (Hiburan) (X1.3).....	60
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Indikator Credibility (Kepercayaan) (X1.4).....	61
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Indikator Informativeness (Informasi) (X1.5).....	62
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Indikator Easy To Learn (X2.1).....	64
Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Indikator Controllable (X2.2).....	65

Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Indikator Clear And Understandable (X2.3).....	66
Tabel 4.13 Penilaian Responden Terhadap Indikator Flexible (X2.4).....	67
Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Indikator Easy To Use (X2.5).....	68
Tabel 4.15 Penilaian Responden Terhadap Indikator Minat Transaksional (Y.1)..	70
Tabel 4.16 Penilaian Responden Terhadap Indikator Minat Referensial (Y.2).....	71
Tabel 4.17 Penilaian Responden Terhadap Indikator Minat Preferensial (Y.3)....	72
Tabel 4.18 Penilaian Responden Terhadap Indikator Minat Eksploratif (Y.4).....	73
Tabel 4.19 Uji Validitas Instrumen Variable Digital Marketing.....	75
Tabel 4.20 Uji Validitas Instrumen Variable Kemudahan Penggunaan.....	76
Tabel 4.21 Uji Validitas Instrumen Variable Minat.....	77
Tabel 4.22 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Digital Marketing.....	78
Tabel 4.23 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Kemudahan Penggunaan.....	79
Tabel 4.24 Uji Reliabilitas Instrumen Variabel Minat.....	79
Tabel 4.25 Uji Noemalitas Kolmogorov-Smirnov Test.....	80
Tabel 4.26 Uji Multikolinearitas.....	83
Tabel 4.27 Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4.28 Uji T.....	86
Tabel 4.29 F-Hitung.....	88
Tabel 4.30 Koefisien Determinasi R ²	90
Tabel 4.31 Tipe Hubungan Pada Uji Determinasi.....	91