

DAFTAR TABEL

	HALAMAN
Tabel 1.1 10 Besar Online Shop di Indonesia.....	4
Tabel 1.2 Data Pengunjung Zalora.co.id.....	6
Tabel. 2.1 Hasil Penelitian Sebelumnya	21
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Perceived Value	35
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Pelanggan	37
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Kepercayaan.....	38
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Niat Pembelian Ulang	39
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	52
Tabel 4.2 Usia Responden	52
Tabel 4.3 Pendidikan Terakhir Responden	53
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.5 Pengeluaran Sebulan.....	55
Tabel 4.6 Frekuensi Transaksi Responden.....	56
Tabel 4.7 Mengetahui Zalora.co.id	56
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Terhadap Perceived Value (Perceived Sacrifices)	58
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Terhadap Perceived Value (Monetary Value).....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Terhadap Perceived Value (Convenience Value)	58
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Terhadap Perceived Value (Emotional Value)	59
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Terhadap Perceived Value (Social Value).....	59
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Terhadap Kepuasan Pelanggan	59
Tabel 4.14 Hasil Uji Validitas Terhadap Kepercayaan	60
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Terhadap Niat Pembelian Ulang	60
Tabel 4.16 Pengujian Reliabilitas	61
Tabel 4.17 Uji Anova Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.18 Uji Anova Berdasarkan Usia.....	67
Tabel 4.19 Uji Anova Berdasarkan Pendidikan Terakhir	68
Tabel 4.20 Uji Anova Berdasarkan Pekerjaan	69
Tabel 4.21 Uji Anova Berdasarkan Pengeluaran	70
Tabel 4.22 Uji Anova Berdasarkan Transaksi	73
Tabel 4.23 Uji Anova Berdasarkan Informasi	78
Tabel 4.24 Hasil Pengukuran Validitas Faktor Order Construct	82
Tabel 4.25 Hasil Construct Reliability dan Variance Extracted	83
Tabel 4.26 Peramaan Model Struktural	84
Tabel 4.27 Analisa Goodness of Fit.....	85
Tabel 4.28 Pengujian Hubungan Model Struktural.....	90