

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keluhan Konsumen Olx	6
Tabel 1.2 Keluhan Konsumen Olx.....	8
Tabel 1.3 Rating Olx pada Android Play Store & Ios Apps Store.....	10
Tabel 2.1 Jurnal Nasional.....	29
Tabel 2.2 Jurnal International	32
Tabel 2.3. Sintesa Penelitian	38
Tabel 3.1 Jenis Penelitian.....	52
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	55
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.4 Uji Validitas	67
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas	69
Tabel 3.6 Outer Model PLS	72
Tabel 3.7 <i>Paramater Inner Model PLS</i>	73
Tabel 4.1 <i>Response Rate of Respondents</i>	77
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	78
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Asal Daerah	78
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Usia	79
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir	80
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Status Pekerjaan	80
Tabel 4.7 Karakteristik Berdasarkan Penghasilan Setiap Bulannya	81
Tabel 4.8 Karakteristik Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Melalui Aplikasi <i>Mobile Commerce Olx</i> Setiap Bulannya	82
Tabel 4.9 Kriteria Interpretasi Skor	83
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (<i>Assurance</i>)	84
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Informasi (<i>Information Quality</i>).....	85
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Personalisasi (<i>Personalization</i>)	87
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Keandalan (<i>Reliability</i>).....	88
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)..	89
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Keamanan (<i>Security</i>)	91

Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Kegunaan (<i>Usability</i>).....	93
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Pelanggan (<i>Costumer Satisfaction</i>)	94
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Niat Loyalitas Pelanggan (<i>Costumer Loyalty Intention</i>)	96
Tabel 4.19 Hasil <i>Descriptive Statistic</i>	98
Tabel 4.20 Hasil <i>Outer Loading</i>	100
Tabel 4.21 Hasil <i>Average Variance Extranted (AVE)</i>	102
Tabel 4.22 Hasil <i>Cross Loading</i>	103
Tabel 4.23 <i>Fornell-larcker criterion</i>	105
Tabel 4.24 <i>Composite Reliability</i>	106
Tabel 4.25 <i>Cronbach's Alpha</i>	107
Tabel 4.26 <i>R Square</i>	108
Tabel 4.27 <i>Predictive Relevance (Q2)</i>	109
Tabel 4.28 <i>Effect Size (f2)</i>	110
Tabel 4.29 <i>Path Coefficient Bootstrapping (Directional)</i>	111
Tabel 4.30 <i>Path Coefficient Bootstrapping (Non-Directional)</i>	113
Tabel 4.31 Nilai Importance Perfomance Customer Satisfacation	129
Tabel 4.32 Pembahasan IPMA <i>Customer Loyalty Intention</i>	131