**DAFTAR TABEL**

[Tabel 1.1 Penggunaan *E-Money* di Indonesia Tahun 2010-Oktober 2017](#_Toc495644215) 3

[Tabel 1.2 Jumlah Pengguna *E-Wallet* di Indonesia Tahun 2017](#_Toc495644216) 4

[Tabel 2.1 *The Effect of Promotion Mix Elements on Consumers Buying Decisions of Mobile Service: The Case of Umniah Telecommunication Company at Zarqa City - Jordan*](#_Toc495644217) 22

[Tabel 2.2 *The Impact of Promotional Mix Elements on Consumers Purchasing Decisions*](#_Toc495644217) 23

[Tabel 2.3 *Towards an Understanding of the Behavioral Intention to Use Mobile Knowledge Management*](#_Toc495644217) 24

[Tabel 2.4 *Factors Affecting the Intention to Reuse Mobile Banking Service*](#_Toc495644217) 25

[Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator Variabel Iklan](#_Toc495644218) 33

[Tabel 3.2 Dimensi dan Indikator Variabel Promosi Penjualan](#_Toc495644218) 34

[Tabel 3.3 Dimensi dan Indikator Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan](#_Toc495644218) 35

[Tabel 3.4 Dimensi dan Indikator Variabel Minat Memakai Ulang](#_Toc495644218) 35

[Tabel 3.5 Pengambilan Keputusan Ada Tidaknya Autokorelasi](#_Toc495644218) 43

[Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan](#_Toc495644218) 51

[Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan](#_Toc495644218) 52

[Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan](#_Toc495644218) 53

[Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Memakai Ulang](#_Toc495644218) 54

[Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Iklan](#_Toc495644218) 54

[Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan](#_Toc495644218) 55

[Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan](#_Toc495644218) 55

[Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Memakai Ulang](#_Toc495644218) 55

[Tabel 4.9 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin](#_Toc495644219) 56

[Tabel 4.10 Profil Responden Berdasarkan Umur](#_Toc495644219) 56

[Tabel 4.11 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan](#_Toc495644219) 57

[Tabel 4.12 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir](#_Toc495644219) 57

[Tabel 4.13 Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan (per minggu)](#_Toc495644219) 58

[Tabel 4.14 Profil Responden Berdasarkan Daerah Pernah atau Paling Sering Menggunakan](#_Toc495644219) 59

[Tabel 4.15 Variabel Iklan](#_Toc495644218) 60

[Tabel 4.16 Variabel Promosi Penjualan](#_Toc495644218) 61

[Tabel 4.17 Variabel Persepsi Kemudahan Penggunaan](#_Toc495644218) 63

[Tabel 4.18 Variabel Minat Memakai Ulang](#_Toc495644218) 64

[Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolonieritas](#_Toc495644218) 65

[Tabel 4.20 Hasil Uji Autokorelasi](#_Toc495644218) 65

[Tabel 4.21 Hasil Uji Normalitas](#_Toc495644218) 67

[Tabel 4.22 Hasil Uji Statistik F](#_Toc495644218) 67

[Tabel 4.23 Hasil Uji Statistik t](#_Toc495644218) 68

[Tabel 4.24 Koefisien Determinasi (R2)](#_Toc495644218) 69