

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Penelitian yang Relevan	36
Tabel 3.1 Scoring	61
Tabel 3.2 Kisi-kisi Instrumen Data Responden	62
Tabel 3.3 Kisi-kisi Instrumen Variabel Terikat Citra Merek (Y1)	62
Tabel 3.4 Kisi-kisi Instrumen Variabel Terikat Niat Pembelian (Y2)	63
Tabel 3.5 Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas Komunikasi Media Sosial dengan Konten yang dibuat Pengguna (X1)	64
Tabel 3.6 Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas Komunikasi Media Sosial dengan Konten yang dibuat Perusahaan (X2)	64
Tabel 3.7 Kisi-kisi Instrumen Variabel Bebas <i>Komunikasi Word of Mouth</i> (X3)	65
Tabel 3.8 Nilai Reliabilitas	67
Tabel 3.9 Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>goodness of Fit Index</i>) ...	74
Tabel 4.1 Data Karakteristik Responden	78
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Media Sosial dengan Konten buatan Pengguna (X1)	79
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Media Sosial dengan Konten buatan Perusahaan (X2)	80
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i> (X3).....	81
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (Y1).....	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel Niat Pembelian (Y2)	82
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	83
Tabel 4.8 Kategori Penilaian.....	84
Tabel 4.9 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Komunikasi Media Sosial dengan Konten buatan Pengguna (X1).....	84
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Komunikasi Media Sosial dengan Konten buatan Perusahaan (X2)	85
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel <i>Word of Mouth</i> (X3)	86
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Citra Merek (Y1)	87
Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden pada Variabel Niat Pembelian (Y2)	88
Tabel 4.14 Data Rekapitulasi Deskripsi Kategori Variabel.....	89
Tabel 4.15 Hasil Pengukuran Validitas Konstruk.....	91
Tabel 4.16 Hasil Pengukuran <i>Composit Reliability</i> dan <i>Variance Extracted</i>	91
Tabel 4.17 Persamaan Model Struktural	92
Tabel 4.18 Hasil Analisa <i>Goodness of Fit</i>	94
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis Model Penelitian	97