

Daftar Tabel

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Dimensi <i>Viral marketing</i> | 16 |
| Tabel 2.2 Bentuk <i>Viral marketing</i> | 17 |
| Tabel 2.3 Pengkategorian dan Contoh Media Sosial | 19 |
| Tabel 2.4 Penelitian Sebelumnya..... | 24 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel | 31 |
| Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Lanjutan | 32 |
| Tabel 3.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 34 |
| Tabel 3.4 Penentuan Besarnya Sampel Berdasarkan Persentase | 36 |
| Tabel 3.5 Uji Kecocokan Model Struktural | 41 |
| Tabel 4.1 Daftar Pameran Reed Panorama | 46 |
| Tabel 4.2 Hasil Uji Faktor Analisis Validitas | 48 |
| Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas..... | 48 |
| Tabel 4.4 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 48 |
| Tabel 4.5 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Usia..... | 49 |
| Tabel 4.6 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 49 |
| Tabel 4.7 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan | 50 |
| Tabel 4.8 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran | 50 |
| Tabel 4.9 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Teman facebook | 51 |
| Tabel 4.10 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jumlah Usaha Yang Dimiliki | 51 |
| Tabel 4.11 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Usaha Yang Dimiliki | 52 |
| Tabel 4.12 Distribusi Persentase Jumlah Responden Berdasarkan Alasan Sudah Atau Akan Melakukan Franchisee..... | 52 |
| Tabel 4.13 Hasil Uji Responden - One way Anova | 53 |
| Tabel 4.14 Hasil Pengukuran Validitas Indikator Order | 55 |
| Tabel 4.15 Hasil Perhitungan Construct <i>Reliability</i> Dan Variance <i>Extracted</i> | 56 |
| Tabel 4.16 Analisa Goodness of Fit..... | 57 |
| Tabel 4.17 Pengujian Hubungan Model Struktural..... | 60 |