

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel.....	30
Tabel 3.2	Hasil <i>Test Retest</i> .....	39
Tabel 3.4	Daya Tarik <i>Twitter</i> .....	40
Tabel 3.5	<i>Brand Image</i> .....	41
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	50
Tabel 4.2	Usia Responden.....	50
Tabel 4.3	Perkerjaan Responden.....	51
Tabel 4.4	Pendidikan Responden .....	51
Tabel 4.5	Informasi <i>Twitter</i> Mudah Di Akses.....	53
Tabel 4.6	Slogan <i>Twitter</i> Mudah Di Ingat.....	53
Tabel 4.7	Follower Bisa Mudah Bertanya dan Di Memahami .....	54
Tabel 4.8	<i>Twitter</i> Mempunyai Ciri Khas Sendiri dan Berbeda.....	54
Tabel 4.9	Admin <i>Twitter</i> Cepat Merespon Pertanyaan.....	55
Tabel 4.10	<i>Posting Twitter</i> Menarik Di Lihat .....	55
Tabel 4.11	Isi <i>Twitter</i> Yang Disampaikan Unik dan Kreatif .....	56
Tabel 4.12	<i>Twitter</i> Menjawab Dengan Baik Pertanyaan Follower .....	56
Tabel 4.13	Informasi Dalam <i>Twitter</i> Mudah Di Jangkau .....	57
Tabel 4.14	<i>Twitter</i> Sudah Membangun Hubungan Baik Dengan <i>Follower</i> .....	57

Tabel 4.15 Akun <i>Twitter</i> Memberikan Informasi Yang Bermanfaat .....	58
Tabel 4.16 <i>Twitter</i> Memberikan Informasi Yang <i>Update</i> .....	59
Tabel 4.17 Akun <i>Twitter</i> Berberda Dengan Akun Mall Yang Lain .....	59
Tabel 4.18 Akun <i>Twitter</i> Memberikan Informasi Yang Berkualitas Dan Lengkap Mengenai Tenant .....	60
Tabel 4.19 Akun <i>Twitter</i> Mudah Diingat Dan Dikenal .....	60
Tabel 4.20 Posting <i>Twitter</i> Lebih Menarik Dibandingkan Daripada Persaingannya .....	61
Tabel 4.21 Akun <i>Twitter</i> Memberikan Informasi Purna Jual .....	62
Tabel 4.22 Admin <i>Twitter</i> Aktif Memposting Promosi Terbaru .....	62
Tabel 4.23 Lokasi Yang Startegis .....	63
Tabel 4.24 Follower <i>Twitter</i> Senang Dan Tetap Mengikuti .....	63
Tabel 4.25 <i>Brand Image Twitter</i> Bagi Pengunjung Mall Living Wolrd Alam Sutera .....	65
Tabel 4.26 Hubungan Daya Tarik <i>Twitter</i> Dan <i>Brand Image</i> .....	66