

## DAFTAR TABEL

	Halaman
1.1 <i>Website</i> dan Media Sosial J.CO .....	6
1.2 Top Brand Award.....	9
2.1 Skripsi Terdahulu .....	21
2.2 Jurnal Nasional.....	24
2.3 Jurnal Internasional .....	28
3.1 Operasional Variabel WOM dan <i>Brand Image</i> .....	35
3.2 Skala Pengukuran.....	36
3.3 Hasil Uji Validitas <i>Word of Mouth</i> (X).....	41
3.4 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (Y) .....	41
3.5 Hasil Uji Reliabilitas WOM dan <i>Brand Image</i> .....	42
4.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	49
4.2 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Mutual Dialogue</i> .....	53
4.3 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Past Along Effect</i> .....	55
4.4 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Knowledge Diffusion</i> .....	56
4.5 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Cause and Effect</i> .....	58
4.6 Rata-rata Nilai Total WOM .....	60
4.7 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Corporate Image</i> .....	61
4.8 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>User Image</i> .....	63
4.9 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Product Image</i> .....	65
4.10 Rata-rata Nilai Total <i>Brand Image</i> .....	66
4.11 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	69
4.12 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana .....	70
4.13 Hasil Uji-t .....	72
4.13 Hasil Uji Koefisien Determinan .....	73