

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Concept Store dan Presentase	7
Tabel 1. 2 Daftar Social Media yang Dimiliki Happy Go Lucky	7
Tabel 1. 3 Sumber Informasi Mengenai Happy Go Lucky	9
Tabel 2. 1 Perbandingan Tradisional Marketing dan WoM.....	18
Tabel 2. 2 Dampak e-WoM dalam Pemasaran	19
Tabel 2. 3 Skripsi	23
Tabel 2. 4 Jurnal Nasional	23
Tabel 2. 5 Jurnal Internasional.....	31
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	39
Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert.....	44
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i>	48
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Proses Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	50
Tabel 3. 6 Kriteria Interpretasi Skor	51
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Intensity</i>	62
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Valance of Opinion</i>	63
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Content</i>	65
Tabel 4.4 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Electronic Word of Mouth</i>	65
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Proses Keputusan Pembelian	67
Tabel 4. 6 Hasil Uji Normalitas	71
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolenialitas.....	72
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	74
Tabel 4. 9 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	75
Tabel 4. 10 Besarnya Pengaruh Parsial.....	78
Tabel 4. 11 Koefisien Determinasi	79