

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Akun media sosial Telkom dan tujuan pembuatannya	3
Tabel 1.3 Performansi akun media sosial Twitter Telkom tahun 2015	8
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.2 Output Pengujian pada PLS	44
Tabel 4.1 Kriteria Interpretasi Skor	50
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>Firm Created Communication</i>	50
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>User Generated Communication</i>	52
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>Brand Awareness</i> ...	53
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Mengenai <i>Perceived Quality</i> ..	54
Tabel 4.6 Nilai <i>Cross Loadings</i> Hasil Evaluasi <i>Outer Model</i>	57
Tabel 4.7 Nilai <i>Cross Loadings</i> Hasil Evaluasi <i>Outer Model</i>	58
Tabel 4.8 Nilai <i>Path Coefficients</i> Dan Nilai <i>R Square</i>	60
Tabel 4.9 Matriks Koefisien Korelasi	61
Tabel 4.10 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	62
Tabel 4.11 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung	62
Tabel 4.12 Nilai <i>path coefficients</i> dan <i>standard error</i> kelompok <i>age</i>	64
Tabel 4.13 Hasil perhitungan nilai <i>t-value</i> moderasi kelompok <i>age</i>	64
Tabel 4.14 Nilai <i>path coefficients</i> dan <i>standard error</i> kelompok <i>gender</i>	66
Tabel 4.15 Hasil perhitungan nilai <i>t-value</i> moderasi kelompok <i>gender</i>	66
Tabel 4.16 Nilai <i>path coefficients</i> dan <i>standard error</i> kelompok <i>education</i>	67
Tabel 4.17 Hasil perhitungan nilai <i>t-value</i> moderasi kelompok <i>education</i>	68