

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fitur Digital Payment Ovo .....	4
Tabel 1.2 Tahapan Penelitian .....	9
Tabel 2.1 Perbandingan Skripsi Terdahulu .....	30
Tabel 2.2 Perbandingan Jurnal Nasional Terdahulu .....	35
Tabel 2.3 Perbandingan Jurnal Internasional Terdahulu .....	40
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	47
Tabel 3.2 Desain Pengukur Skala Ordinal .....	49
Tabel 3.3 Indeks Koefisien Korelasi .....	54
Tabel 3.4 Kategori Pengelompokan Presentase .....	56
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i> Jenis Kelamin .....	61
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i> Usia .....	62
Tabel 4.3 Pertanyaan No. 1 .....	63
Tabel 4.4 Pertanyaan No. 2 .....	64
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Reputation .....	65
Tabel 4.6 Pernyataan No. 3 .....	66
Tabel 4.7 Pernyataan No. 4 .....	66
Tabel 4.8 Pernyataan No. 5 .....	67
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Personal Selling .....	68
Tabel 4.10 Pernyataan No. 6 .....	69
Tabel 4.11 Pernyataan No. 7 .....	70
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Trust .....	70
Tabel 4.13 Pernyataan No. 8 .....	71
Tabel 4.14 Pernyataan No. 9 .....	72
Tabel 4.15 Pernyataan No. 10 .....	72
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Attitude Toward Co- Branding .....	73
Tabel 4.17 Pernyataan No. 11 .....	74
Tabel 4.18 Pernyataan No. 12 .....	75
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Familiarity .....	75
Tabel 4.20 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Co-Branding (X).....	76
Tabel 4.21 Pernyataan No. 13 .....	77
Tabel 4.22 Pernyataan No. 14 .....	78
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Attention .....	79
Tabel 4.24 Pernyataan No. 15 .....	80
Tabel 4.25 Pernyataan No. 16 .....	80

Tabel 4.26	Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Interest .....	81
Tabel 4.27	Pernyataan No. 17 .....	82
Tabel 4.28	Pernyataan No. 18 .....	82
Tabel 4.29	Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Search .....	83
Tabel 4.30	Pernyataan No. 19 .....	84
Tabel 4.31	Pernyataan No. 20 .....	85
Tabel 4.32	Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Action .....	85
Tabel 4.33	Pernyataan No. 21 .....	86
Tabel 4.34	Pernyataan No. 22 .....	87
Tabel 4.35	Tanggapan Responden Mengenai Subvariabel Share .....	88
Tabel 4.36	Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Respon Konsumen (Y) .....	89
Tabel 4.37	Uji Normalitas .....	90
Tabel 4.38	Uji Multikolinearitas .....	92
Tabel 4.39	Analisis Regresi Sederhana .....	94
Tabel 4.40	Analisis Korelasi Pearson Product Moment .....	95
Tabel 4.41	Uji F.....	96
Tabel 4.42	Pengujian Hipotesis.....	97
Tabel 4.43	Koefisien Determinasi Pengaruh Co-Branding Terhadap Respon Konsumen .....	98