

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pemasaran berbasis Kemitraan Strategis.....	6
Tabel 1. 2 Jumlah <i>Followers</i> Instagram Kawasan Wisata Keluarga	14
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3. 1 Karakteristik dan Jenis Penelitian.....	64
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel.....	66
Tabel 3. 3 Skala Likert.....	69
Tabel 3. 4 Karakteristik Responden.....	72
Tabel 3. 5 Kriteria Korelasi Guilford.....	75
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas.....	76
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas	77
Tabel 3. 8 Persentase Klasifikasi	79
Tabel 3. 9 Kriteria Korelasi Guilford.....	81
Tabel 4. 1 Rekapitulasi Variabel Social Media Quality.....	87
Tabel 4. 2 Klasifikasi Variabel Social Media Quality	88
Tabel 4. 3 Rekapitulasi Variabel Social Media Quantity	89
Tabel 4. 4 Klasifikasi Variabel Social Media Quantity	90
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Variabel Social Media Credibility	90
Tabel 4. 6 Klasifikasi Variabel Social Media Credibility	91
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Variabel E-WOM.....	92
Tabel 4. 8 Klasifikasi Variabel E-WOM	93
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Variabel Destination Satisfaction	94
Tabel 4. 10 Klasifikasi Variabel Destination Satisfaction	94
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Variabel Destination Brand Awareness	95
Tabel 4. 12 Klasifikasi Variabel Destination Brand Awareness.....	96
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Variabel Revisit Intention	97
Tabel 4. 14 Klasifikasi Variabel Revisit Intention	97
Tabel 4. 15 Hasil Loading Factor	100
Tabel 4. 16 Hasil AVE.....	101
Tabel 4. 17 Hasil <i>Farnell Larcker</i>	101
Tabel 4. 18 Hasil Cross Loading.....	102
Tabel 4. 19 Hasil Uji Reliabilitas	103
Tabel 4. 20 Hasil R Square	104
Tabel 4. 21 Hasil Uji Q Square.....	105
Tabel 4. 22 Hasil Uji Model Fit	106
Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis dan Signifikansi	106
Tabel 4. 24 Direct Effect	110
Tabel 4. 25 Indirect Effect	112