

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Internasional Terdahulu.....	38
Tabel 2.2 Jurnal Nasional Terdahulu	40
Tabel 2.3 Penelitian Skripsi Terdahulu	42
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel <i>Social Media Marketing</i> , <i>Brand Image</i> , dan <i>Purchase Intention</i>	49
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Pra-Kuesioner	56
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner	57
Tabel 3.5 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	58
Tabel 4.1 Perincian Penyebaran Kuesioner Penelitian	64
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i>	70
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	75
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Purchase Intention</i>	78
Tabel 4.5 Hasil <i>Outer Loadings</i>	84
Tabel 4.6 Hasil Avarage Variance Exctracted	85
Tabel 4.7 Hasil <i>Discriminant Validity (Cross Loadings Factor)</i>	85
Tabel 4.8 Hasil <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel 4.10 Hasil <i>R Square</i>	88
Tabel 4.11 <i>Path Coefficients</i> dan Nilai T hitung.....	90
Tabel 4.12 Pengaruh Antar Variabel Sub Struktur Pertama	93