

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pengunjung dan Pengikut Media Sosial dari Kuartal II (2019) – Kuartal I (2022).....	8
Tabel 1. 2 Engagement Rate Zalora, Mapemall, dan Berry Benka.....	13
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	27
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	31
Tabel 2. 3 Skripsi Terdahulu	35
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	42
Tabel 3. 2 Skala Likert	47
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 3. 5 Interpretasi Skor	53
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i>	66
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Customer Engagement	70
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Brand Loyalty	75
Tabel 4. 4 Kolmogorov-Smirnov Test	79
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4. 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas	81
Tabel 4. 7 Korelasi Antar Variabel Penelitian	83
Tabel 4. 8 Koefisien Analisis Jalur Sub Struktur 1	84
Tabel 4. 9 Koefisien Determinasi Sub Struktur 1	84
Tabel 4. 10 Koefisien Analisis Jalur Sub Struktur 2.....	85
Tabel 4. 11 Koefisien Determinasi Sub Struktur 2	86
Tabel 4. 12 Koefisien Jalur Secara Simultan Sub Struktur 1	87
Tabel 4. 13 Koefisien Jalur Secara Simultan Sub Struktur 2.....	88
Tabel 4. 14 Koefisien Jalur Secara Parsial Sub Struktur 1	90
Tabel 4. 15 Koefisien Jalur Secara Parsial Sub Struktur 2	91
Tabel 4. 16 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	94