

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk Uniqlo berdasarkan Kegunaan	3
Tabel 1. 2 Produk Uniqlo berdasarkan Kategori.....	3
Tabel 1. 3 Retail Rankings Penutupan Tahun 2021 di Indonesia: Fashion Retailers	11
Tabel 1. 4 Retail Top Improvers Penutupan Tahun 2021 di Indonesia: Fashion Retailers.....	11
Tabel 1. 5 Jumlah Pengikut, Jumlah Postingan, dan Engagement Rate Instagram Top Global Brand dan Top Indonesia Brand.....	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian.....	38
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran.....	42
Tabel 3. 4 Klasifikasi Penilaian Skor	47
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden terhadap Social Media Marketing	56
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden terhadap Purchase Intention	59
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden terhadap Consumer Trust	62
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap Brand Image.....	64
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Convergent Validity	68
Tabel 4. 6 Hasil Average Variance Extracted.....	69
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Discriminant Validity	70
Tabel 4. 8 Hasil Fornell Larcker Criterion.....	71
Tabel 4. 9 Hasil Analisis Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	72
Tabel 4. 10 Hasil Analisis R - Squares	73
Tabel 4. 11 Hasil Path Coefficients.....	75
Tabel 4. 12 Pengaruh antar Variabel Sub Struktural Social Media Marketing terhadap Consumer Trust.....	77
Tabel 4. 13 Pengaruh antar Variabel Sub Struktural Social Media Marketing terhadap Brand Image	78
Tabel 4. 14 Pengaruh antar Variabel Sub Struktural Kedua	79