

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jenis Produk Skincare Yang Digunakan.....	5
Tabel 1. 2 Pra Survey pada pengguna serum wajah Scarlett yang telah berpindah merek.....	8
Tabel 1. 3 Hasil Pra Survey Konsumen Gen Z.....	12
Tabel 2. 1 Kajian Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1 Ringkasan Karakteristik Penelitian.....	43
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	44
Tabel 3. 3 Skala Penelitian.....	47
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 3. 5 Uji Reliabilitas	54
Tabel 3. 6 Kriteria Interpretasi Skor	55
Tabel 4. 1 Data responden berdasarkan usia.....	61
Tabel 4. 2 Data Responden berdasarkan pendidikan terakhir.....	61
Tabel 4. 3 Data Responden berdasarkan pekerjaan	62
Tabel 4. 4 Data Responden berdasarkan penghasilan per bulan.....	62
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Variabel <i>Negative electronic word of mouth</i>	63
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Variabel <i>Variety Seeking</i>	65
Tabel 4. 7 Rekapitulasi Variabel <i>Customer Engagement</i>	66
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Variabel <i>Brand Switching Behavior</i>	68
Tabel 4. 9 Hasil <i>Loading Factor</i>	70
Tabel 4. 10 Hasil AVE.....	72
Tabel 4. 11 Hasil <i>Fornell Larcker</i>	73
Tabel 4. 12 Nilai korelasi <i>Cross Loading</i>	73
Tabel 4. 13 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	75
Tabel 4. 14 Nilai VIF	75
Tabel 4. 15 Hasil Uji Reliabilitas.....	77
Tabel 4. 16 <i>Path Coefficient</i> dan <i>T-Statistic</i>	78
Tabel 4. 17 Nilai R Square.....	79
Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Q Square</i>	80
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>Model Fit</i>	81
Tabel 4. 20 <i>Path Coefficient</i> dan <i>T-Statistic Indirect Effect</i>	81
Tabel 4. 21 Hasil Uji Hipotesis dan Signifikansi.....	82