

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Referensi.....	18
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian	46
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	48
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran.....	54
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 3. 5 Kategori Pengelompokan.....	48
Tabel 3. 6 Metrik Pengukuran.....	54
Tabel 4. 1 Karakteristik responden berdasarkan usia	66
Tabel 4. 2 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	66
Tabel 4. 3 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....	67
Tabel 4. 4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	67
Tabel 4. 5 Tanggapan responden terhadap Digital Marketing	69
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Purchase Intention	72
Tabel 4. 7 Tanggapan responden terhadap Brand Equity	74
Tabel 4. 8 Tanggapan responden terhadap Trust.....	76
Tabel 4. 9 Hasil uji data validitas konvergen.....	78
Tabel 4. 10 Tabel cross loading.....	79
Tabel 4. 11 Fornell Larcker Criterion.....	80
Tabel 4. 12 Heterotrait-monotrait ratio (HTMT).....	81
Tabel 4. 13 Construct Reliability & Validity	81
Tabel 4. 14 R square	83
Tabel 4. 15 Q Square	83
Tabel 4. 16 Uji hipotesis	84