

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel Daftar Menu	2
Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian	38
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	40
Tabel 3. 3 Skala Pengukuran	48
Tabel 3. 4 Kriteria Interpretasi Skor	50
Tabel 3. 5 Rule of Thumb Evaluasi model Pengukuran	53
Tabel 3. 6 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi model struktural	55
Tabel 4. 1 Karakteristik demografis dari responden	57
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap "Lingkungan Fisik"	61
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap "Kualitas Hasil"	63
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap "Pengalaman Pelanggan"	64
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap "Ekuitas Merek"	66
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap "Kepribadian Merek"	67
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap "Reputasi Merek"	68
Tabel 4. 8 Outer Model Setelah Outlier	70
Tabel 4. 9 Outer Loading	71
Tabel 4. 10 Discriminant Validity Atau Cross Loading	73
Tabel 4. 11 Fornell-Larcker Criterion	74
Tabel 4. 12 Average Variance Extracted (AVE)	75
Tabel 4. 13 Heterotrait-Monotrait Ratio Of Correlations (HTMT)	76
Tabel 4. 14 Composite Reliability	76
Tabel 4. 15 Cronbach's Alpha	77
Tabel 4. 16 R Square	79
Tabel 4. 17 Predictive Relevance (Q2)	79
Tabel 4. 18 Effect Size (f2)	80
Tabel 4. 19 Uji Hipotesis Directional	81
Tabel 4. 20 Uji Hipotesis Indirectional	82