

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Taman Budaya yang menerapkan <i>Social Media Marketing</i> .....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	36
Tabel 3.2 Instrumen Skala <i>Likert</i> .....	41
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas.....	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	47
Tabel 3.5 Persentase Kriteria Interpretasi Skor.....	49
Tabel 4.1 Persentase <i>Screening Question Responden</i> .....	55
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Kewarganegaraan.....	57
Tabel 4.5 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Context</i> .....	59
Tabel 4.6 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Communication</i> .....	61
Tabel 4.7 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Collaboration</i> .....	63
Tabel 4.8 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Connection</i> .....	65
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	67
Tabel 4.10 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Enthusiasm</i> .....	68
Tabel 4.11 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Attention</i> .....	71
Tabel 4.12 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Absorption</i> .....	73
Tabel 4.13 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Interaction</i> .....	75
Tabel 4.14 Jawaban Responden terhadap Dimensi <i>Identification</i> .....	77
Tabel 4.15 Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Customer Engagement</i> .....	79
Tabel 4.16 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i> .....	82
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	83
Tabel 4.18 Hasil Uji <i>Composite Reliability</i> .....	84
Tabel 4.19 Hasil Uji <i>R-square</i> .....	85
Tabel 4.20 Hasil Statistik <i>Blindfolding</i> .....	87
Tabel 4.21 Hasil <i>Path Analysis</i> .....	87
Tabel 4.22 Tabel Matriks Penelitian.....	98