

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Preferensi Platform Media Sosial 2024.....	21
Tabel 2.1 Beberapa Contoh Emoji	39
Tabel 2.2 Kajian Penelitian Terdahulu	51
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian	61
Tabel 3.2 Operasional Variabel	63
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Kuesioner	66
Tabel 3.4 Uji Validitas Tanpa Emoji.....	75
Tabel 3.5 Uji Validitas dengan Emoji.....	76
Tabel 3.6 Uji Reabilitas.....	76
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Skor.....	78
Tabel 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	86
Tabel 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	87
Tabel 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	88
Tabel 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Rentang Waktu <i>Followers</i> ...	88
Tabel 4.5 Analisis Deskriptif <i>Positive Affect</i> tanpa Emoji	89
Tabel 4.6 Analisis Deskriptif terkait <i>Purchase Intention</i> tanpa Emoji.....	90
Tabel 4.7 Analisis Deskriptif terkait <i>Hedonic Utilitarian</i> tanpa Emoji	91
Tabel 4.8 Analisis Deskriptif terkait <i>Positive Affect</i> dengan Emoji	93
Tabel 4.9 Analisis Deskriptif terkait <i>Purchase Intention</i> dengan Emoji.....	95
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif terkait <i>Hedonic Utilitarian</i> dengan Emoji.....	96
Tabel 4.11 Hasil <i>Outer Loadings</i>	99
Tabel 4.12 Hasil <i>Outer Loadings</i> setelah Dropping.....	100
Tabel 4.13 Hasil <i>Average Variance Extracted</i>	100
Tabel 4.14 Hasil <i>Cross Loadings</i>	101
Tabel 4.15 Hasil <i>Fornell Larcker</i>	102
Tabel 4.16 Hasil HTMT	102
Tabel 4.17 Hasil <i>Internal Consistency</i>	103
Tabel 4.18 Hasil <i>Path Coefficient</i>	104

Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi	105
Tabel 4.20 Hasil <i>Effect Size</i>	106
Tabel 4.21 Hasil <i>Predictive Relevance</i>	106
Tabel 4.22 Hasil Uji T	107
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis	108