

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan followers TikTok dan Jumlah Komentar	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel	42
Tabel 3.3 Skala Pengukuran	47
Tabel 3.4 Kriteria Interpretasi Skor	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	59
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan TikTok.....	60
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pembelian Produk.....	61
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Aktivitas Pemasaran di Sosial Media	62
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Ekuitas Merek	64
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel EWOM	67
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Niat Beli	70
Tabel 4.10 Nilai Factor Loading	73
Tabel 4.11 <i>Average Variance Extract</i>	74
Tabel 4.12 Hasil Uji Nilai <i>Cross Loading</i>	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Fornell Larcker	76
Tabel 4.14 Hasil Uji HTMT	77
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas	78
Tabel 4.16 Hasil Uji R Square.....	79
Tabel 4.17 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	80
Tabel 4.18 Hasil Uji Hipotesis <i>Direct Effect</i>	81