

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Rekapitulasi Survei <i>Purchase Intention</i>	14
Tabel 1. 2 Hasil Rekapitulasi Survei <i>Brand Image</i>	16
Tabel 1. 3 Hasil Rekapitulasi Survei <i>Situational Context</i>	19
Tabel 1. 4 Hasil Rekapitulasi Survei <i>EWOM Credibility</i>	25
Tabel 1. 5 Hasil Rekapitulasi Survei <i>EWOM Quantity</i>	28
Tabel 1. 6 Hasil Rekapitulasi Survei <i>EWOM Quality</i>	28
Tabel 2. 1 Jurnal Internasional Terdahulu.....	52
Tabel 2. 2 Jurnal Nasional Terdahulu	56
Tabel 3. 1 Jenis Penelitian.....	68
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Penelitian	70
Tabel 3. 3 Skala Likert	79
Tabel 3. 4 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	92
Tabel 3. 5 Kriteria Pengujian <i>Inner Model</i>	94
Tabel 4. 1 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	108
Tabel 4. 2 Rekapitulasi Variabel <i>EWOM Credibility</i>	109
Tabel 4. 3 Klasifikasi Dimensi <i>EWOM Credibility</i>	111
Tabel 4. 4 Rekapitulasi Variabel <i>EWOM Quantity</i>	113
Tabel 4. 5 Klasifikasi Dimensi <i>EWOM Quantity</i>	114
Tabel 4. 6 Rekapitulasi Variabel <i>EWOM Quality</i>	116
Tabel 4. 7 Klasifikasi Dimensi <i>EWOM Quality</i>	117
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Variabel <i>Brand Image</i>	118
Tabel 4. 9 Klasifikasi Dimensi <i>Brand image</i>	120
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Variabel <i>Situational Context</i>	122
Tabel 4. 11 Klasifikasi Dimensi <i>Situational Context</i>	124
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Variabel <i>Purchase intention</i>	126
Tabel 4. 13 Klasifikasi Dimensi <i>Purchase intention</i>	128
Tabel 4. 14 Nilai <i>Loading Factor</i> untuk Setiap Indikator.....	131
Tabel 4. 15 Nilai AVE untuk Setiap Konstruk	133
Tabel 4. 16 Validitas Diskriminan Menggunakan <i>Fornell-Larcker Criterion</i> ...	135
Tabel 4. 17 Validitas Diskriminan Menggunakan <i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i>	135

Tabel 4. 18 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> untuk Setiap Konstruk	137
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>R Square</i>	140
Tabel 4. 20 Hasil Uji <i>Q Square</i>	141
Tabel 4. 21 Nilai VIF untuk Setiap Konstruk	142
Tabel 4. 22 Nilai AVE & <i>R-Square</i>	143
Tabel 4. 23 Nilai Hasil Uji Mediasi	145
Tabel 4. 24 Nilai Hasil Uji Moderasi	146
Tabel 4. 25 Nilai Hasil Uji Hipotesis dan Signifikansi	147
Tabel 4. 26 <i>Importance Performance Map Analysis Purchase intention</i>	153
Tabel 4. 27. <i>Importance Performance Map Analysis</i> pada level Indikator	156