

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu	22
TABEL 3.1 Skala Pengukuran	29
TABEL 3.2 Kriteria Pemilihan Sampel	30
TABEL 3.3 Definisi Operasional Variabel	33
TABEL 3.4 Pengukuran Validitas Internal.....	36
TABEL 3.5 Pengukuran Realiabilitas.....	36
TABEL 4.1 Karakteristik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Rentang Umur.....	42
TABEL 4.2 Karakteristik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Pendidikan Terakhir	42
TABEL 4.3 Karakteristik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran	43
TABEL 4.4 Karakteristik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Profesi Pekerjaan	43
TABEL 4.5 Karakteristik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Media Sosial Favorit.....	44
TABEL 4.6 Karakteristik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Produk Yang Biasa dibeli Online	44
TABEL 4.7 Karakteristik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Rata-Rata Waktu Menonton Live Streaming.....	45
TABEL 4.8 Karakteristik Pengguna Media Sosial Berdasarkan Rata-Rata Waktu Paling Sering Lihat Live Streaming	45
TABEL 4.9 Hasil Uji Frekuensi Jawaban variabel berdasarkan Customer Engagement	46
TABEL 4.10 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel berdasarkan Minat Beli	47

TABEL 4.11 Hasil Uji Frekuensi Jawaban Variabel berdasarkan Followership.....	49
TABEL 4.12 Uji Validitas Instrument	51
TABEL 4.13 Case Processing Summary	53
TABEL 4.14 Statistik Reabilitas	53
TABEL 4.15 Statistika Deskriptif dan Uji Normalitas.....	55
TABEL 4.16 Nilai Outer Loading/Loading Factor	57
TABEL 4.17 Nilai Composite Reliability dan Cronbach's Alpha	59
TABEL 4.18 Heterotrait Monotrait Ratio (HTMT)	60
TABEL 4.19 Fornell Lacker.....	60
TABEL 4.20 Nilai Cross Loading	61
TABEL 4.21 Uji Multikorelitas	63
TABEL 4.22 R Square and R-square adjusted	64
TABEL 4.23 F Square List.....	65
TABEL 4.24 Hasil Pengujian Hipotesa.....	66