

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Komentar pada Akun Media sosial Program Studi Bisnis Digital	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Skala Ukur Penelitian	31
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	34
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	41
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Kelas	41
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Paparan Digital Marketing	42
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan	42
Tabel 4. 6 Pernyataan Variabel Digital Marketing.....	43
Tabel 4. 7 Pernyataan Variabel E-WOM	44
Tabel 4. 8 Pernyataan variabel Brand Image	45
Tabel 4. 9 Pernyataan Variabel Minat Memilih	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Validitas Digital Marketing	48
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas Variabel E-WOM.....	48
Tabel 4. 12 Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image	48
Tabel 4. 13 Kriteria Uji Reliabilitas	49
Tabel 4. 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Digital Marketing	49
Tabel 4. 15 Uji Reliabilitas Variabel E-WOM.....	50
Tabel 4. 16 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image	50
Tabel 4. 17 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Memilih.....	50
Tabel 4. 18 Outer Loading	52
Tabel 4. 19 Hasil nilai Average Varians Extracted (AVE).....	54
Tabel 4. 20 Nilai Cross Loading.....	54
Tabel 4. 21 Nilai Cronbach's Alpha.....	56
Tabel 4. 22 Nilai Composite Reliability (rho_c).....	56
Tabel 4. 23 Nilai VIF	57
Tabel 4. 24 Nilai R Square	57
Tabel 4. 25 Nilai F Square.....	58

Tabel 4. 26 Hasil Uji Bootstraping.....	59
---	----