

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Pengguna Facebook di Dunia.....	3
Tabel 1.2	Pengguna Twitter di Dunia.....	4
Tabel 1.3	Pengguna Media Sosial di Indonesia.....	5
Tabel 1.4	Peringkat Sepatu Olahraga-Kasual di Indonesia .....	8
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 4.1	Nilai Loading Faktor (LF) dari Setiap Item Dalam Variabel .....	49
Tabel 4.2	Nilai AVE dari Setiap Variabel .....	50
Tabel 4.3	Korelasi Antar Variabel dan Akar Nilai AVE Tiap Variabel.....	50
Tabel 4.4	Hasil Uji Reliabilitas .....	51
Tabel 4.5	Kategori Interpretasi Skor .....	52
Tabel 4.6	Tanggapan Tentang Responden yang Puas dengan Komunikasi Media Sosial yang Dilakukan Nike Melalui Akun Twitter @NikeIndonesia .....	53
Tabel 4.7	Tanggapan Tentang Komunikasi Media Sosial yang Dilakukan Nike Melalui Akun Twitter @NikeIndonesia yang Sesuai dengan Harapan Responden.....	54
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Tentang Komunikasi Media Sosial yang Dilakukan Nike Melalui Akun Twitter @NikeIndonesia Sangat Menarik.....	54
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Tentang Akun Twitter @NikeIndonesia Lebih Aktif Memberikan Informasi Jika Dibandingkan dengan Akun Twitter Milik Perusahaan Sejenis Lainnya.....	55
Tabel 4.10	Presentase Tanggapan Responden Terhadap <i>Firm-created Social Media Communication</i> .....	55
Tabel 4.11	Tanggapan Tentang Testimoni Nike Oleh Konsumen Lain di Media Sosial Twitter Sesuai dengan Harapan Responden .....	57
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Tentang Testimoni Mengenai Nike Oleh Konsumen Lain Sangat Menarik .....	57
Tabel 4.13	Presentase Tanggapan Responden Terhadap <i>User-generated Social Media Communication</i> .....	58

Tabel 4.14	Tanggapan Responden yang Merasa Bangga Menggunakan Nike ....	59
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Tentang Nike Sebagai Merek yang Paling Populer di Kategori Sepatu Olahraga .....	59
Tabel 4.16	Tanggapan Tentang Nike yang Muncul Pertama di Pikiran Responden Ketika Akan Membeli Sepatu Olahraga .....	60
Tabel 4.17	Tanggapan Tentang Nike yang Muncul Pertama di Pikiran Responden Ketika Ditanya Mengenai Sepatu Olahraga .....	60
Tabel 4.18	Presentase Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Equity</i> .....	61
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Tentang Nike Memiliki Reputasi yang Baik	62
Tabel 4.20	Tanggapan Responden Tentang Nike Merupakan Sepatu yang Menarik.....	62
Tabel 4.21	Tanggapan Tentang Responden yang Menyukai Desain Produk Nike .....	63
Tabel 4.22	Tanggapan Responden Tentang Kemungkinan Rekomendasi Nike Kepada Teman-teman Responden .....	63
Tabel 4.23	Presentase Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Attitude</i> .....	64
Tabel 4.24	Tanggapan Tentang Responden yang Akan Membeli Nike Dibandingkan dengan Merek Lain yang Tersedia.....	65
Tabel 4.25	Tanggapan Tentang Responden Bersedia Merekomendasikan Kepada Orang Lain Untuk Membeli Nike .....	65
Tabel 4.26	Tanggapan Tentang Responden Berniat Untuk Membeli Nike di Masa Depan .....	66
Tabel 4.27	Presentase Tanggapan Responden Terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	66
Tabel 4.28	Nilai R-Square .....	68
Tabel 4.29	<i>Path Coefficients</i> dan Nilai T Hitung .....	69