

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjelasan Grafik Jumlah Pengikut Tujuh Akun Media Sosial <i>Branding</i> Pesona Indonesia (Indonesia Travel)	9
Tabel 2.1 <i>Mapping Theory</i>	32
Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian.....	38
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel.....	39
Tabel 3.3 Ukuran Sampel yang disarankan oleh Marcoulides dan Saunders.....	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Validasi dari Item-Item Kuisisioner.....	47
Tabel 3.5 Nilai <i>Alpha-Cronbach</i> Seluruh Item Kuisisioner	48
Tabel 3.6 Nilai <i>Alpha-Cronbach</i> Tiap Butir Item Kuisisioner.....	48
Tabel 4.1 Kategori Interpretasi Skor	61
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap <i>Context</i> pada web Pesona Indonesia.....	62
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap <i>Tariff</i> pada web Pesona Indonesia.....	63
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap <i>Effort (Ease of Use)</i> pada web Pesona Indonesia.....	65
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap <i>Bundling</i> pada web Pesona Indonesia.....	66
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap <i>Expected Value</i> pada web Pesona Indonesia.....	68
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap <i>Perceived Value</i> pada web Pesona Indonesia.....	69
Tabel 4.8 <i>Rule of Thumb</i> pengukuran <i>measurement model</i> pada PLS.....	71
Tabel 4.9 Hasil Pengukuran <i>Indicator Reliability</i>	71
Tabel 4.10 Hasil Pengukuran <i>Internal Consistency Reliability</i>	72
Tabel 4.11 Hasil Pengukuran <i>Convergent Validity</i>	73
Tabel 4.12 Hasil Pengukuran <i>Discriminant Validity</i>	73
Tabel 4.13 Hasil Pengukuran <i>Path Coefficient</i>	77
Tabel 4.14 Hasil Pengukuran <i>Coefficient of Determination</i>	79

Tabel 4.15 Hasil Pengukuran *Predictive Relevance*.....79