

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Jurnal Nasional.....	27
Tabel 2. 2 Jurnal Internasional	32
Tabel 3.1 Tabel Jenis Penelitian.....	43
Tabel 3.2 Variabel Operasional	44
Tabel 3.3 Tabel Skala Pengukuran Likert.....	51
Tabel 3. 4 Tabel Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	56
Tabel 3. 5 Tabel Hasil <i>Discriminant Validity</i>	57
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	59
Tabel 3. 7 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	61
Tabel 3. 8 <i>Rule of Thumb (Outer Model)</i>	62
Tabel 3. 9 Model Struktural (<i>Rule of Thumb</i>)	63
Tabel 4. 1 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Intensity</i>	73
Tabel 4. 2 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Valance of opinion</i>	74
Tabel 4. 3 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Content</i>	76
Tabel 4. 4 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Emotional value</i>	77
Tabel 4. 5 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Social value</i>	78
Tabel 4. 6 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Quality value</i>	79
Tabel 4. 7 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Value of money</i>	80
Tabel 4. 8 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Product choice</i>	81
Tabel 4. 9 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Brand choice</i>	82
Tabel 4. 10 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Dealer choice</i>	83
Tabel 4. 11 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Purchase amount</i>	84
Tabel 4. 12 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Purchase timing</i>	86
Tabel 4. 13 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Payment method</i>	87
Tabel 4. 14 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Benevolence</i>	88
Tabel 4. 15 Tanggapan responden mengenai indikator <i>Ability</i>	89
Tabel 4. 16 Tabel responden mengenai indikator <i>Integrity</i>	90
Tabel 4. 17 <i>Convergent Validity</i>	92
Tabel 4. 18 <i>Dicriminant Validity</i>	94
Tabel 4. 19 Uji <i>fornell-larcker</i>	95

Tabel 4. 20 Uji Reliabilitas	96
Tabel 4. 21 Uji R-Square	98
Tabel 4. 22 Uji <i>Effect Size</i>	99
Tabel 4. 23 Uji Hipotesis	100