

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perkembangan Kedai Kopi di Kota Bandung Tahun 2017-2020	5
Tabel 1.2 Perkembangan Pengguna Internet di Indonesia Selama 5 tahun Terakhir	6
Tabel 1.4 Hasil <i>Pra-Survey Social Media Marketing</i>	15
Tabel 1.5 Hasil <i>Pra-Survey Electronic Word of Mouth</i>	16
Tabel 1.6 Hasil <i>Pra-Survey Brand Image</i>	18
Tabel 1.7 Hasil <i>Pra-survey Keputusan Pembelian</i>	19
Tabel 2.1 Penelitian Dalam Skripsi Terdahulu	39
Tabel 2.2 Penelitian Dalam Jurnal Nasional Terdahulu	43
Tabel 2.3 Penelitian Dalam Jurnal Internasional Terdahulu	48
Tabel 3.1 Variabel Operasional	59
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	64
Tabel 3.3 Klasifikasi Koefisien Pearson	70
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Social Media Marketing</i>	71
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Electronic Word of Mouth</i>	71
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i>	72
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian	73
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i> , Keputusan Pembelian, <i>Social Media Marketing</i> dan <i>Electronic word of Mouth</i>	74
Tabel 3.9 Kriteria Interpretasi Skor	75
Tabel 4.1 Penyebaran Kuesioner Penelitian	80
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i> ..	84
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	89
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand Image	93
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	97
Tabel 4.5 Hasil <i>Outer Loading</i>	103
Tabel 4.6 Nilai Convergent Validity	104
Tabel 4.7 Uji <i>Cross Loading</i>	105
Tabel 4.8 Akar Kuadrat AVE (<i>Fornell Larcker Criterion</i>)	106
Tabel 4.9 Uji Realibilitas	106
Tabel 4.10 Hasil Nilai <i>R-Square</i>	109
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	110
Tabel 4.12 Uji <i>Path Coefficient</i> atau Uji Hipotesis	110