

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-Penelitian Terdahulu	32
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian	46
Tabel 3.2 Operasional Variabel	49
Tabel 3.3 Skala Likert	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 3.6 Goodness of Fit Index	65
Tabel 4.1 Kriteria Interpretasi Skor	73
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Item Pernyataan E-WOM	74
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Item Pernyataan Brand Image.....	77
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Item Pernyataan Trust.....	79
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Item Pernyataan Online Purchase Intention....	81
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Konvergen	84
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading).....	85
Tabel 4.8 Uji Validitas Diskriminan (Fornell Larcker Criterion)	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas.....	87
Tabel 4.10 Hasil Uji R-Square	88
Tabel 4.11 Hasil Uji F-Square (Effect Size).....	89
Tabel 4.12 Hasil Uji Hipotesis	91
Tabel 4.13 Hasil Uji Hipotesis Intervening.....	92