

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Dimensi Nilai Pelanggan.....	31
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Jenis Penelitian .....	54
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel .....	55
Tabel 3.3 Skala Likert .....	57
Tabel 3.4 Penentuan Ukuran Sampel .....	59
Tabel 3.5 Kategori Interpretasi Skor .....	61
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Screening Question.....	70
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia .....	71
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	72
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	72
Tabel 4.6 Kategori Interpretasi Skor .....	73
Tabel 4.7 Rekapitulasi Variabel Interactivity.....	74
Tabel 4.8 Rekapitulasi Variabel Ephemerality.....	75
Tabel 4.9 Rekapitulasi Variabel Utilitarian Value .....	76
Tabel 4.10 Rekapitulasi Variabel Hedonic Value .....	77
Tabel 4.11 Rekapitulasi Variabel Social Value.....	78
Tabel 4.12 Rekapitulasi Variabel Intention towards Social Media Activities .....	80
Tabel 4.13 Rekapitulasi Variabel Intention towards Online Information Search .....	81
Tabel 4.14 Rekapitulasi Variabel Purchase Intention .....	82
Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	84
Tabel 4.16 Hasil Uji Kecocokan Model .....	86
Tabel 4.17 Hasil Uji Hipotesis .....	87
Tabel 4.18 Hasil Uji R Square.....	93