

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Foto-foto Ruangan Sudut Pandang	5
Tabel 1.2 Konten Sudut Pandang Bandung yang E-WOM di TikTok	9
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	40
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	45
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 3.5 Kategori Penilaian.....	48
Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi	51
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Screening Question (Pengguna Media Sosial TikTok)	54
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Screening Question (Pernah Menonton Konten Sudut Pandang Bandung di Media Sosial TikTok)	55
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	58
Tabel 4.6 Responden Terhadap Dimensi Platform Assistance	60
Tabel 4.7 Tanggapan Dimensi <i>Concern For Other Consumers</i>	62
Tabel 4.8 Tanggapan Dimensi <i>Social Benefits</i>	66
Tabel 4.9 Tanggapan Dimensi <i>Helping The Company</i>	68
Tabel 4.10 Tanggapan Dimensi <i>Advice Seeking</i>	71
Tabel 4.11 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Electronic Word of Mouth (X)</i>	73
Tabel 4.12 Tanggapan Dimensi <i>Top of Mind</i>	75
Tabel 4.13 Tanggapan Dimensi <i>Brand Recall</i>	77
Tabel 4.14 Tanggapan Dimensi <i>Brand Recognition</i>	79
Tabel 4.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness (Y)</i> ...	81
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedastisitas	84
Tabel 4.18 Hasil Analisis Korelasi	84
Tabel 4.19 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	85

Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	86
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis	87