

Daftar Tabel

Tabel 2. 1 Penelian Terdahulu : Skripsi	27
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu : Jurnal Nasional	32
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu : Jurnal Internasional	35
Tabel 3. 1. Variabel Operasional.....	44
Tabel 3. 2. Instrumen Skala Likert.....	48
Tabel 3. 3. Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 3. 4. Hasil Uji Relibialitas	54
Tabel 3. 5. Kriteria Interpretasi Skor	56
Tabel 4. 1. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Fear pada Produk Ruangguru	63
Tabel 4. 2. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Threats pada Produk Ruangguru.....	64
Tabel 4. 3. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Efficacy pada Produk Ruangguru.....	65
Tabel 4. 4. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Situation sebagai Fear Appeals (X_1).....	66
Tabel 4. 5. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Product pada Produk Ruangguru.....	67
Tabel 4. 6. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Price pada Produk Ruangguru.....	69
Tabel 4. 7. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Promotion pada Produk Ruangguru.....	70
Tabel 4. 8. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Place pada Produk Ruangguru.....	72
Tabel 4. 9. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Object sebagai Marketing Stimuli (X_2)	73
Tabel 4. 10. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Dominance pada Produk Ruangguru.....	73
Tabel 4. 11. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Pleasure pada Produk Ruangguru.....	74

Tabel 4. 12. Rekapitulasi Tanggapan Konsumen Mengenai Dimensi Consumer/person sebagai emosi positif (Z).....	75
Tabel 4. 13. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Product Choice pada Produk Ruangguru	76
Tabel 4. 14. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Brand Choice pada Produk Ruangguru	77
Tabel 4. 15. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Dealer Choice pada Produk Ruangguru	78
Tabel 4. 16. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Purchase Amount pada Produk Ruangguru	79
Tabel 4. 17. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Purchase Timing pada Produk Ruangguru	80
Tabel 4. 18. Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Payment Method pada Produk Ruangguru	81
Tabel 4. 19. Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Purchase Decision (Y)	82
Tabel 4. 20. Uji Validitas Konvergen	86
Tabel 4. 21. Average Variant Extracted (AVE).....	87
Tabel 4. 22. Cross Loading Indicator	88
Tabel 4. 23. Kriteria Cronbach Alpha	89
Tabel 4. 24. Hasil Uji Relibialitas	89
Tabel 4. 25 Tabel R ² (R Square)	92
Tabel 4. 26. Hasil Q-Square	92
Tabel 4. 27 Uji Hipotesis Hasil Estimasi Besar Pengaruh Antar Variabel Penelitian	93
Tabel 4. 28. Uji Hipotesis Hasil Estimasi Besar Pengaruh Antar Variabel Intervening	94
Tabel 4. 29. Tabel Hipotesis Penelitian	99