

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Domain Popular di Indonesia	3
Tabel 1.2 Tabel Waktu dan Periode Penelitian.....	10
Tabel 2.1 Indikator-Indikator Brand Awareness.....	19
Tabel 2.2 Jurnal Nasional.....	22
Tabel 2.3 Jurnal Internasional	24
Tabel 3.1 Oprasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 3.2 Sekala Instrument Likert.....	32
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Kolerasi	45
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	48
Tabel 4.2 Data Usia Responden	49
Tabel 4.3 Rata-Rata Waktu Yang Di Habiskan Untuk Mengakses TikTok.....	51
Tabel 4.4 Alasan Mengakses TikTok... ..	52
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Variabel <i>EWOM Intensity</i>	53
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Variabel <i>EWOM Valence of Opinion</i>	57
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Variabel <i>EWOM Content</i>	60
Tabel 4.8 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel X (<i>EWOM</i>).....	63
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Awareness Recognition</i>	64
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Awareness Brand Recall</i>	66
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Awareness Purchase</i>	68
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Variabel <i>Brand Awareness Consumption</i>	70
Tabel 4.13 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>)72	
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Validitas... ..	74
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas... ..	75
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas... ..	75

Tabel 4.17 Hasil Heteroskedastisitas	76
Tabel 4.18 Hasil Uji Korelasi... ..	76
Tabel 4.19 Hasil Koefisien Determinasi... ..	77
Tabel 4.20 Uji T & Regresi Linier Sederhana	77
Tabel 4.21 Hasil Hipotesis (Uji T).....	78