

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	50
Tabel 3. 1 Jenis Penelitian.....	73
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	75
Tabel 3. 3 Skala Likert	85
Tabel 3. 4 Kriteria Interpretasi Skor	99
Tabel 3. 5 <i>Rule of Thumbs Outer Model</i>	102
Tabel 3. 6 <i>Rule of Thumbs Inner Model</i>	103
Tabel 4. 1 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	112
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden pada <i>Theory of Planned Behavior : Brand Attitude</i>	112
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden pada <i>Theory of Planned Behavior : Subjective Norms</i>	115
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden pada <i>Theory of Planned Behavior : Anthropometric Tendency</i>	118
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden pada <i>Theory of Planned Behavior : Social Media Self Efficacy</i>	123
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden pada <i>Theory of Planned Behavior : Homophily</i> .	125
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden pada <i>Brand Hate</i>	128
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden pada <i>Perceived Power of Social Media</i>	131
Tabel 4. 9 Tanggapan pada <i>Negative electronic Word of Mouth</i>	134
Tabel 4. 10 Tanggapan Responden pada <i>Extraversion</i>	137
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden pada <i>Conscientiousness</i>	138
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden pada <i>Neuroticism</i>	139
Tabel 4. 13 Tanggapan Responden pada <i>Agreeableness</i>	142
Tabel 4. 14 Tanggapan Responden pada <i>Openess to Experience</i>	144
Tabel 4. 15 Nilai persentase kumulatif variabel <i>big five personality traits</i>	145
Tabel 4. 16 Hasil <i>Factor Loadings</i>	147
Tabel 4. 17 Hasil Uji <i>Average Variance Extracted</i>	149

Tabel 4. 18 Hasil Uji <i>Cross Loading</i>	151
Tabel 4. 19 Hasil Uji <i>Fornell-Larcker</i>	155
Tabel 4. 20 Nilai <i>Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)</i>	156
Tabel 4. 21 Hasil Uji Reliabilitas	158
Tabel 4. 22 Hasil Uji VIF.....	159
Tabel 4. 23 <i>Path Coefficient</i> dan <i>T-Statistic</i>	161
Tabel 4. 24 <i>Path Coefficient</i> dan <i>T-Statistic</i> Variabel Moderasi	162
Tabel 4. 25 Hasil Uji <i>R Square (R²)</i>	163
Tabel 4. 26 <i>Effect Size f²</i>	164
Tabel 4. 27 Hasil Uji <i>Q Square</i>	165
Tabel 4. 28 Hasil Uji <i>Model Fit</i>	166
Tabel 4. 29 Hasil Uji Hipotesis dan Signifikansi	167