

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Definisi <i>Purchase Intention</i>	12
Tabel 2. 2	Dimensi <i>Purchase Intention</i>	12
Tabel 2. 3	Definisi <i>Affiliate marketing</i>	15
Tabel 2. 4	Dimensi <i>Affiliate marketing</i>	16
Tabel 2. 5	Definisi <i>Hedonism</i>	19
Tabel 2. 6	Dimensi <i>Hedonism</i>	20
Tabel 2. 7	Definisi <i>Rating</i> dan <i>Review</i>	22
Tabel 2. 8	Dimensi <i>Rating</i> dan <i>Review</i>	23
Tabel 2. 9	Variabel dan Metode Analisis.....	25
Tabel 3. 1	Operasional Variabel	28
Tabel 3. 2	Kategorisasi Distribusi Frekuensi.....	33
Tabel 3. 3	Parameter pada <i>Outer Model</i>	36
Tabel 3. 4	Ringkasan <i>Rule of Thumb</i> Evaluasi Model Pengukuran	37
Tabel 4. 1	Deskripsi <i>Sales Promotion</i>	41
Tabel 4. 2	Deskripsi <i>Affiliate Reputation</i>	42
Tabel 4. 3	Deskripsi Pengalaman Pengguna	43
Tabel 4. 4	Deskripsi Kualitas Produk Promosi.....	43
Tabel 4. 5	Rekapitulasi Variabel <i>Affiliate Marketing</i>	44
Tabel 4. 6	Deskripsi Media Sosial.....	44
Tabel 4. 7	Deskripsi Pengaruh Sosial.....	45
Tabel 4. 8	Deskripsi Gaya Hidup	46
Tabel 4. 9	Deskripsi Kemudahan Transaksi.....	46
Tabel 4. 10	Rekapitulasi Variabel <i>Hedonism</i>	47
Tabel 4. 11	Deskripsi Reputasi Merek	47
Tabel 4. 12	Deskripsi Ulasan Pelanggan	48
Tabel 4. 13	Deskripsi Keterlibatan Emosi Konsumen	49
Tabel 4. 14	Deskripsi Informasi	49
Tabel 4. 15	Rekapitulasi Variabel <i>Rating</i> dan <i>Review</i>	50
Tabel 4. 16	Deskripsi Kualitas Produk.....	50
Tabel 4. 17	Deskripsi Kepercayaan.....	51
Tabel 4. 18	Deskripsi Pengalaman Pelanggan.....	52
Tabel 4. 19	Rekapitulasi Variabel <i>Purchase Intention</i>	52
Tabel 4. 20	Hasil Analisis Pengujian Validitas Item Instrumen <i>Affiliate Marketing</i>	53
Tabel 4. 21	Hasil Analisis Pengujian Validitas Item Instrumen <i>Hedonism</i>	53
Tabel 4. 22	Hasil Analisis Pengujian Validitas Item Instrumen <i>Rating</i> dan <i>Review</i>	53
Tabel 4. 23	Hasil Analisis Pengujian Validitas Item Instrumen <i>Purchase Intention</i>	54
Tabel 4. 24	Nilai Reliabilitas Instrumen Seluruh Variabel Penelitian	54
Tabel 4. 25	<i>Outer Loading</i> / <i>Loading Factor</i>	54
Tabel 4. 26	Hasil Nilai AVE	55
Tabel 4. 27	Hasil Nilai AVE <i>Stage Two</i>	56
Tabel 4. 28	<i>Cross Loading</i>	57
Tabel 4. 29	<i>Fornell lacker stage one</i>	58
Tabel 4. 30	<i>Fornell lacker stage two</i>	60