

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Jumlah <i>Followers Influencer</i> di Bidang Parfum	6
Tabel 3.1 <i>Blueprint</i> Operasionalisasi Variabel	43
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.3 Pengukuran Skala	52
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	55
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Penelitian	57
Tabel 3.6 Kategori Interpretasi Skor	59
Tabel 3.7 Analisis <i>Outer Model</i>	60
Tabel 3.8 Analisis <i>Inner Model</i>	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	63
Tabel 4.2 Analisis Deskriptif Pada Variabel Pesan Persuasif (X)	65
Tabel 4.3 Analisis Deskriptif Pada Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y)	74
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif Pada Variabel FOMO (Z)	78
Tabel 4.5 <i>Loading Factor</i>	83
Tabel 4.6 Nilai AVE	85
Tabel 4.7 Hasil Fornell-Larcker Criterion	85
Tabel 4.8 Hasil Cross Loading	86
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 4.10 Hasil <i>R-Square Test</i>	89
Tabel 4.11 Hasil <i>F-Square Test</i>	90
Tabel 4.12 Hasil <i>Path Coefficient</i>	92
Tabel 4.13 <i>Predictive Relevance</i> (Q^2)	93
Tabel 4.14 Uji Q^2 <i>Predict</i>	94
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Hipotesis	95