

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pengguna Layanan E-Commerce Terbesar di Indonesia	7
Tabel 1.2 Hasil Pra-Survey E-WOM.....	12
Tabel 1.3 Hasil Pra-Survey Brand Image.....	14
Tabel 1.4 Hasil Pra-Survey Purchase Intention.....	15
Tabel 2.1 Skripsi	29
Tabel 2.2 Jurnal Nasional	32
Tabel 2.3 Jurnal Internasional.....	35
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	42
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert	44
Tabel 3.3 Jumlah penduduk Kota Bandung berdasarkan Umur dan Jenis Kelamin.....	46
Tabel 3.4 Hasil <i>Convergent Validity</i>	48
Tabel 3.5 Hasil <i>Discriminant Validity (cross loading)</i>	48
Tabel 3.6 Hasil Uji Reabilitas	49
Tabel 3.7 Kriteria Interpretasi Skor.....	51
Tabel 4.1 Perincian Penyebaran Kuisioner	58
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	64
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Brand Image</i>	70
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>EWOM</i>	73
Tabel 4.5 Hasil <i>Outer Loading</i>	79
Tabel 4.6 Hasil <i>Average Variance Extracted</i>	80
Tabel 4.7 Hasil <i>Discriminant Validity (Cross Loading Factor)</i>	81
Tabel 4.8 Hasil <i>Fornell-Lacker Criterion</i>	81
Tabel 4.9 Hasil <i>Discriminant Validity (Cross Loading Factor)</i>	82
Tabel 4.10 Nilai <i>R-Square</i>	83
Tabel 4.11 <i>Path Coefficiencie</i> dan Nilai T_{hitung}	85
Tabel 4.12 Pengaruh antar Variabel Sub Struktural Pertama	88
Tabel 4.13 Pengaruh antar Variabel Sub Struktural Kedua	89