

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1 Tabel Daftar Menu</b> .....	2
<b>Tabel 2.1 Jurnal Penelitian Terdahulu</b> .....	24
<b>Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian</b> .....	38
<b>Tabel 3. 2 Operasional Variabel</b> .....	40
<b>Tabel 3. 3 Skala Pengukuran</b> .....	48
<b>Tabel 3. 4 Kriteria Interpretasi Skor</b> .....	50
<b>Tabel 3. 5 Rule of Thumb Evaluasi model Pengukuran</b> .....	53
<b>Tabel 3. 6 Ringkasan Rule of Thumb Evaluasi model struktural</b> .....	55
<b>Tabel 4. 1 Karakteristik demografis dari responden</b> .....	57
<b>Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Terhadap "Lingkungan Fisik"</b> .....	61
<b>Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Terhadap "Kualitas Hasil"</b> .....	63
<b>Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Terhadap "Pengalaman Pelanggan"</b> .....	64
<b>Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Terhadap "Ekuitas Merek"</b> .....	66
<b>Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap "Kepribadian Merek"</b> .....	67
<b>Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Terhadap "Reputasi Merek"</b> .....	68
<b>Tabel 4. 8 Outer Model Setelah Outlier</b> .....	70
<b>Tabel 4. 9 Outer Loading</b> .....	71
<b>Tabel 4. 10 Discriminant Validity Atau Cross Loading</b> .....	73
<b>Tabel 4. 11 Fornell-Larcker Criterion</b> .....	74
<b>Tabel 4. 12 Average Variance Extracted (AVE)</b> .....	75
<b>Tabel 4. 13 Heterotrait-Monotrait Ratio Of Correlations (HTMT)</b> .....	76
<b>Tabel 4. 14 Composite Reliability</b> .....	76
<b>Tabel 4. 15 Cronbach's Alpha</b> .....	77
<b>Tabel 4. 16 R Square</b> .....	79
<b>Tabel 4. 17 Predictive Relevance (Q2)</b> .....	79
<b>Tabel 4. 18 Effect Size (f2)</b> .....	80
<b>Tabel 4. 19 Uji Hipotesis Directional</b> .....	81
<b>Tabel 4. 20 Uji Hipotesis Indirectional</b> .....	82