

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Operational Variable.....	46
Tabel 3. 2 Skala Linkert	51
Tabel 3. 3 Tingkat Reliabilitas	56
Tabel 3. 4 Kriteria Intepretasi Skor	59
<i>Tabel 3. 5 Rule of Thumb (Outer Model)</i>	<i>61</i>
Tabel 4. 1 Klasifikasi Interpretasi Skor.....	66
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Pada <i>Online Information Quality</i>	67
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden pada User Friendly accessibility	68
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden pada <i>Online Content Satisfaction</i>	70
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden pada <i>Digital marketing interaction</i>	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden pada <i>Intention to visit destination</i>	73
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden pada <i>Intention to eWOM</i>	74
Tabel 4. 8 <i>Factor Loadings</i> pada <i>First Order</i>	77
Tabel 4. 9 Average Variance Extracted pada First Order	78
<i>Tabel 4. 10 Fornell-Larcker</i> pada <i>First Order</i>	<i>78</i>
Tabel 4. 11 <i>Cross Loadings</i> pada <i>First Order</i>	79
Tabel 4. 12 <i>Heterotrait-Monotrait</i> pada <i>First Order</i>	80
Tabel 4. 13 <i>Composite Reliability</i> pada <i>First Order</i>	80
Tabel 4. 14 <i>Factor Loadings</i> pada <i>Second Order</i>	82
Tabel 4. 15 <i>Average Variance Extracted</i> pada <i>Second Order</i>	82
Tabel 4. 16 Fornell-Larcker pada Second Order.....	83
Tabel 4. 17 <i>Cross Loadings</i> pada <i>Second Order</i>	84
Tabel 4. 18 Heterotrait-Monotrait pada Second Order.....	85
Tabel 4. 19 <i>Composite Reliability</i> pada <i>Second Order</i>	85
Tabel 4. 20 R-Square.....	87
Tabel 4. 21 Path Coefficient.....	88
Tabel 4. 22 <i>Goodness of Fit (GoF)</i>	89

Tabel 4. 23 Hasil Uji Hipotesis 91