

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Teori Penelitian Terdahulu.....	19
Tabel 3. 1 Karakteristik Penelitian.....	36
Tabel 3. 2 Operasional Variabel.....	37
Tabel 3. 3 Nilai Skala Likert.....	41
Tabel 3. 4 Presentase Penilaian.....	46
Tabel 3. 5 Parameter Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
Tabel 3. 6 Kriteria R Square, Effect Size, Q-Square dan Path Coefficient.....	49
Tabel 3. 7 Uji Validitas.....	50
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Media Sosial.....	58
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli.....	59
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Variabel Kepercayaan Konsumen (Z).....	60
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	62
Tabel 4. 5 Hasil Cross Loadings.....	63
Tabel 4. 6 Hasil Uji Nilai Fornell-Larcker.....	64
Tabel 4. 7 Hasil Uji HTMT.....	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji Nilai Reabilitas.....	65
Tabel 4. 9 Godness of Fit.....	66
Tabel 4. 10 Hasil Uji R-Square.....	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Effect Size.....	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Q-square.....	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung.....	68