

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	29
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	39
Tabel 3.2 Skor Indikator Penilaian.....	45
Tabel 3.3 Kategori Penilaian	50
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	58
Tabel 4.2 Hasil Uji Nilai <i>Fornell-Larcker Criterion</i>	59
Tabel 4.3 Hasil <i>Cross-Loading</i>	60
Tabel 4.4 Hasil Uji HTMT	61
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.6 Hasil Uji <i>R-Square</i>	62
Tabel 4.7 Hasil Uji Hipotesis Secara Langsung.....	64
Tabel 4.8 Hasil Uji Hipotesis Secara Tidak Langsung.....	65
Tabel 4.9 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	65
Tabel 4.10 Hasil Uji <i>Effect Size</i>	66
Tabel 4.11 Hasil Uji GoF	66
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Variabel Konten Pemasaran	71
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	73
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Variabel <i>Affiliate Marketing</i>	75