

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3. 1 Operasional variabel	38
Tabel 3. 2 Nilai instrumen skala likert.....	40
Tabel 3. 3 Interpretasi skor	47
Tabel 4. 1 Tanggapan responden mengenai eWOM.....	56
Tabel 4. 2 Tanggapan responden mengenai social media marketing.....	59
Tabel 4. 3 Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian	64
Tabel 4. 4 Hasil uji Validitas.....	67
Tabel 4. 5 Hasil uji reliabilitas.....	68
Tabel 4. 6 Hasil uji multikolinearitas.....	71
Tabel 4. 7 Hasil uji analisis regresi.....	72
Tabel 4. 8 Hasil analisis uji parsial	74
Tabel 4. 9 Hasil analisis uji simultan.....	76