

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Inovasi	33
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Social Media Marketing	34
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Ekuitas Merek.....	35
Tabel 3. 4 Operasionalisasi Variabel Intensi Pembelian.....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Konsumsi Kopi Kapal Api	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	46
Tabel 4. 4 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Inovasi Produk.....	47
Tabel 4. 5 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Social Media Marketing.....	49
Tabel 4. 6 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Ekuitas Merek	50
Tabel 4. 7 Distribusi Jawaban Responden Terhadap Intensi Pembelian	51
Tabel 4. 8 Nilai Outer Loading.....	53
Tabel 4. 9 Nilai AVE	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Kriteria Fornell-Larcker.....	58
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heterotrait-Monotrait ratio (HTMT)	59
Tabel 4. 13 Nilai Cross Loading.....	60
Tabel 4. 14 Nilai R-Squared.....	62
Tabel 4. 15 Nilai Q-Squared.....	63
Tabel 4. 16 Hasil Uji F ²	64
Tabel 4. 17 Hasil Uji Statistik Upsilon V.....	65
Tabel 4. 18 Nilai Path Coefficients.....	66
Tabel 4. 19 Nilai Indirect Effects	67
Tabel 4. 20 Nilai Specific Indirect effect (Uji Mediasi)	69
Tabel 4. 21 Rekapitulasi Hasil Hipotesis Penelitian	70
Tabel 4. 22 Ringkasan Hasil Uji dan Kesimpulan Hipotesis	72