

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel Social Media Marketing	25
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Brand Image	25
Tabel 3. 3 Operasionalisasi Variabel Brand Awareness.....	25
Tabel 3.4 Operasionalisasi Variabel Brand Preference	26
Tabel 3. 5 Operasionalisasi Variabel Purchase Intention	26
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	31
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	31
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	32
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	32
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk Menantea	33
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Membeli Produk Menantea.....	34
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Purchase Intention.....	35
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Social Media Marketing.....	35
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Brand Image.....	36
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Brand Awareness	37
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Preference</i>	37
Tabel 4.13 Hasil Uji Loading Factors	38
Tabel 4.14 Hasil Uji Average Variance Extracted	39
Tabel 4.15 Hasil Uji Cross Loading	40
Tabel 4.16 Hasil Uji Fornell-Larcker Criterion.....	40
Tabel 4.17 Hasil Uji Cronbach's Alpha dan Composite Reliability	41
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	41
Tabel 4.19 Hasil Uji Effect Size (f^2).....	42
Tabel 4.20 Hasil Uji Goodness of Fit Index (GoF)	42
Tabel 4.21 Hasil Uji Path Coefficient	43
Tabel 4.22 Hasil Pengujian Hipotesis.....	44