

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Literature Review .....	16
Tabel 2. Operasionalisasi Variabel .....	27
Tabel 3. Jenis Kelamin Responden .....	31
Tabel 4. Rentang Usia Responden .....	32
Tabel 5. Profesi Responden .....	32
Tabel 6. Media Sosial yang Dimiliki Responden .....	33
Tabel 7. Frekuensi Membuka Akun Media Sosial.....	34
Tabel 8. Jumlah Akun Influencer yang Diikuti Responden.....	34
Tabel 9. Aktivitas Responden di Media Sosial.....	35
Tabel 10. Deskripsi Objek Penelitian Interactivity .....	36
Tabel 11. Deskripsi Objek Penelitian Authenticity .....	37
Tabel 12. Deskripsi Objek Penelitian Emotional Attachment .....	38
Tabel 13. Deskripsi Objek Penelitian Brand Trust.....	39
Tabel 14. Deskripsi Objek Penelitian Brand Loyalty .....	40
Tabel 15. Hasil Uji Loading Factor .....	41
Tabel 16. Hasil Uji AVE.....	42
Tabel 17. Hasil Uji Cross Loading .....	43
Tabel 18. Hasil Uji Fornell-Larcker .....	44
Tabel 19. Hasil Uji HTMT.....	45
Tabel 20. Hasil Uji Composite Reliability dan Cronbach's Alpha.....	46
Tabel 21. Hasil Uji VIF .....	47
Tabel 22. Hasil Uji R-Squared dan Predictive Relevance .....	47
Tabel 23. Hasil Uji Effect Size dan Path Coefficient .....	49
Tabel 25. Hipotesis Pertama .....	51
Tabel 26. Hipotesis Kedua.....	52
Tabel 27. Hipotesis Ketiga.....	52
Tabel 28. Hipotesis Keempat.....	53
Tabel 29. Hipotesis Kelima .....	53
Tabel 30. Hipotesis Keenam.....	54
Tabel 31. Hipotesis Ketujuh .....	54
Tabel 32. Hipotesis Kedelapan .....	55
Tabel 33. Hasil Hipotesis .....	58