

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index	8
Tabel 1.2 Indikator yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	12
Tabel 3.2 Tabel Teori Stimuli – Respon Prilaku Konsumen	38
Tabel 3.3 Daftar Penelitian Terdahulu	51
Tabel 4.1 Definisi Variabel Operasional	63
Tabel 4.2 Instrumen Skala Likert	66
Tabel 4.2 Ringkasan Acuan Validitas	76
Tabel 4.3 Kriteria GoF	78
Tabel 4.4 Analisis Dimensi Penelitian	84
Tabel 4.5 Tingkat hubungan nilai r	85
Tabel 5.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness	89
Tabel 5.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Digital.....	91
Tabel 5.4 Hasil Analisis Deskriptif Perilaku Konsumen Online.....	93
Tabel 5.5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	95
Tabel 5.6 Matriks Korelasi Dimensi Variabel Penelitian.....	96

Tabel 5.7 Jumlah Parameter yang diestimasi	100
Tabel 5.8 Hasil Uji Normalitas.....	102
Tabel 5.9 Korelasi Antar Variabel Eksogen	103
Tabel 5.10 Variance	104
Tabel 5.11 Hasil Uji Validitas aregresi.....	105
Tabel 5.12 Hasil Perhitungan Nilai AVE	107
Tabel 5.13 Hasil Perhitungan Nilai CR.....	108
Tabel 5.14 Descriminant Validity	109
Tabel 5.15 Kriteria Goodness of Fit Model	110
Tabel 5.16 Hasil Uji Kecocokan Model.....	112
Tabel 5.17 Hasil Uji Kecocokan Model Struktural.....	114
Tabel 5.18 Hasil Estimasi Model SEM.....	115
Tabel 5.19 Pengaruh Tidak Langsung	116
Tabel 5.20 Hasil Perhitungan Sobel <i>Brand Awareness</i>	118
Tabel 5.21 Hasil Perhitungan Sobel Pemasaran Digital.....	119