

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Aplikasi Belajar Online Terbaik dan Populer.....	3
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1	Definisi Operasional <i>Brand Ambassador</i> beserta Dimensi dan Indikator.....	40
Tabel 3.2	Definisi Operasional <i>E-WOM</i> beserta Dimensi dan Indikator.....	41
Tabel 3.3	Definisi Operasional <i>Brand Image</i> beserta Dimensi dan Indikator.....	43
Tabel 3.4	Definisi Operasional <i>Purchase Intention</i> beserta Dimensi dan Indikator.....	44
Tabel 3.5	Skala Interval.....	49
Tabel 4.1	Karakteristik responden kategori Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan SMA di Tangerang Selatan.....	53
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan tingkatan SMA.....	54
Tabel 4.4	Karakteristik responden berdasarkan minat beli.....	55
Tabel 4.5	Karakteristik responden berdasarkan pengenalan treasure sebagai BA Ruangguru.....	55
Tabel 4.6	Analisis deskriptif variabel <i>Brand Ambassador</i> (X1).....	56
Tabel 4.7	Analisis deskriptif variabel <i>E-WOM</i> (X2).....	57
Tabel 4.8	Analisis deskriptif variabel <i>Brand Image</i> (Z).....	58
Tabel 4.9	Analisis deskriptif variabel <i>Purchase Intention</i> (Y).....	59
Tabel 4.10	Hasil uji <i>Average variance extracted (AVE)</i>	61
Tabel 4.11	<i>Cross Loading</i>	62
Tabel 4.12	<i>Outer Loading</i>	63
Tabel 4.13	<i>Composite Reliability</i>	64

Tabel 4.14	<i>Cronbach's Alpha</i>	64
Tabel 4.15	<i>Collinearity statistic (VIF)</i>	65
Tabel 4.16	<i>R-Square</i>	66
Tabel 4.17	<i>Model Fit</i>	68
Tabel 4.18	Uji Hipotesis.....	68
Tabel 4.19	<i>Path Coefficients</i>	69
Tabel 4.20	<i>Indirect Effects</i>	71

