

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Pengunjung Sosmed Cafe Per Bulan Sejak Januari – Desember 2018	6
Tabel 2.1 Penelitian Yang Relevan.....	38
Tabel 3.1 Data Pengunjung Sosmed Cafe Seminggu.....	49
Tabel 3.2 Pedoman Pemberian Skor	55
Tabel 3.3 Layout Angket.....	55
Table 4.1 Uji Validitas Experiential Marketing (X)	74
Tabel 4.2 Hasil Perhitungan Reliabilitas Angket Variabel X	75
Table 4.3 Uji Validitas Customer Satisfaction (Z).....	75
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Reliabilitas Angket Variabel Z.....	75
Table 4.5 Uji Validitas Repurchase Intention (Y)	77
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Reliabilitas Angket Variabel Y	77
Tabel 4.7 Identifikasi Responden.....	78
Table 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Angket Variabel Experiential Marketing....	79
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Angket Variabel Customer Satisfaction	83
Table 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Angket Variabel Repurchase Intention....	84
Tabel 4.11 Model <i>Identification</i>	89
Tabel 4.12 Uji Normalitas.....	90
Tabel 4.13 Evaluasi <i>Ourlier Multivariate</i>	93
Tabel 4.14 Uji <i>Result Measurement Model</i>	100
Tabel 4.15 Uji <i>Measurement Model</i> : RMR, GFI.....	101
Tabel 4.16 Uji <i>Incremental Fit Indices</i>	102
Tabel 4.17 Uji <i>Parsimony Fit Indices pada Parsimony</i>	102

Tabel 4.18 Uji <i>Parsimony Fit Indices</i> pada RMSEA.....	103
Tabel 4.19 Uji <i>Parsimony Fit Indices</i> pada AIC	103
Tabel 4.20 Uji <i>Parsimony Fit Indices</i> pada ECVI.....	104
Tabel 4.21 Uji <i>Parsimony Fit Indices</i> pada HOELTER.....	104
Tabel 4.22 Uji <i>Convergent Validity</i> pada <i>Regression Weight</i>	108
Tabel 4.23 Uji <i>Estimasi variabel X terhadap Z</i>	112
Tabel 4.24 Uji <i>Estimasi variabel Z terhadap Y</i>	113
Tabel 4.25 Uji <i>Estimasi variabel X terhadap Y</i>	114
Tabel 4.26 <i>Direct Effects</i>	116
Tabel 4.27 <i>Indirect Effects</i>	116
Tabel 4.28 Nilai <i>Estimasi Parameter</i>	117

