

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Hal
1.2	5 Top <i>Brand Fast Fashion</i> yang ada di Indonesia Berdasarkan Pengikut <i>Social Media</i>	4
2.1	Penelitian Terdahulu	16
3.1	Operasional Variabel	24
3.2	Variabel dan Konstruk Penelitian	30
3.3	Model Persamaan Struktural	32
3.4	Model Pengukuran	33
3.5	Indeks Pengujian Kelayakan Model (<i>Good-of-Fit Index</i>).....	36
3.6	Tipe Moderasi dan Koefisien	40
4.1	Analisis Statistik <i>Brand Authenticity</i>	48
4.2	Analisis Statistik <i>Brand Engagement</i>	50
4.3	Analisis Statistik <i>Brand Equity</i>	52
4.4	Analisis Statistik <i>Self Congruence</i>	54
4.5	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Eksogen	58
4.6	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Endogen	60
4.7	<i>Confirmatory Factor Analysis</i> Variabel Moderasi	62
4.8	Uji Normalitas	63
4.9	Uji Validitas	67
4.10	Uji Signifikansi Koefisien	71
4.11	Pengaruh Variabel	71