

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Jadwal Penelitian.....	11
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	50
Tabel 3.1	Operasional Variabel	67
Tabel 3.2	Total Anggota Populasi	68
Tabel 3.3	Sampel Penelitian.....	71
Tabel 3.4	Pembobotan Nilai.....	73
Tabel 4.1	Interprestasi Skor Tiap Pernyataan.....	83
Tabel 4.2	Klasifikasi dan Rekapitulasi Persepsi Responden Mengenai Pemasaran Berbasis Komunitas	83
Tabel 4.3	Interprestasi Variabel Pemasaran Berbasis Komunitas	85
Tabel 4.4	Klasifikasi dan Rekapitulasi Persepsi Responden <i>Service Quality</i>	85
Tabel 4.5	Interprestasi Variabel <i>Service Quality</i>	87
Tabel 4.6	Klasifikasi dan Rekapitulasi Persepsi Responden Mengenai <i>Corporate Image</i>	87
Tabel 4.7	Interprestasi Variabel <i>Corporate Image</i>	89
Tabel 4.8	Klasifikasi dan Rekapitulasi Persepsi Responden Mengenai <i>Switching Cost</i>	89
Tabel 4.9	Interprestasi Variabel <i>Switching Cost</i>	91
Tabel 4.10	Klasifikasi dan Rekapitulasi Persepsi Responden Mengenai <i>Customer Commitment</i>	91
Tabel 4.11	Interprestasi Variabel <i>Customer Commitment</i>	93
Tabel 4.12	Nilai <i>Convergent Validity</i>	95
Tabel 4.13	<i>Cross Loadings</i>	97
Tabel 4.14	<i>Fornell Lacker Criterion</i>	99
Tabel 4.15	Nilai Reliabilitas.....	100
Tabel 4.16	Nilai <i>R Square</i>	101
Tabel 4.17	<i>Q Square Predict</i>	102
Tabel 4.18	Hasil Uji Hipotesis Teknik <i>Boostrapping</i>	103