

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Indikator dan penelitian .....	23
Tabel 4.1 Profil Responden .....	36
Tabel 4.2 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok .....	44
Tabel 4.3 Distribusi Jawaban Responden Mengenai Brand Awareness.....	52
Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Mengenai keputusan membeli.....	59
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas .....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	70
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Pada Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok dan Brand Awareness .....	72
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas Pada Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok dan Keputusan Membeli.....	72
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas Pada Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok dan Brand Awareness .....	73
Tabel 4.10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Pada Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok dan Keputusan Membeli.....	74
Tabel 4.11 Hasil Uji Autokorelasi Pada Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok dan Brand Awareness .....	75
Tabel 4.12 Hasil Uji Autokorelasi Pada Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok dan Keputusan Membeli .....	75
Tabel 4.13 Uji Parsial Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok Dengan Brand Awareness Pada Milenial.....	76
Tabel 4.14 Uji Parsial Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok Dengan Brand Awareness Pada GenZ .....	77
Tabel 4.15 Uji Parsial Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok Dengan Keputusan Membeli Pada Milenial .....	77
Tabel 4.16 Uji Parsial Variabel Strategi Pemasaran Menggunakan TikTok Dengan Keputusan Membeli Pada GenZ.....	78
Tabel 4.17 Uji Parsial Variabel Brand Awareness Dengan Keputusan Membeli ...	79
Tabel 4.18 Uji Beda Variabel Brand Awareness Pada Milenial dan GenZ .....	80
Tabel 4.19 Uji Beda Variabel Keputusan Membeli Pada Milenial dan GenZ.....	81
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	87