

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 22

Tabel 3. 1 Tabel Operasional Variabel 46

Tabel 3. 2 Likert 50

Tabel 3. 3 Penentuan Keputusan Uji Reliabilitas 54

Tabel 3. 4 Tabel Korelasi Spearman 57

Tabel 4. 1 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Social Media Marketing 58

Tabel 4. 2 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Brand Image 59

Tabel 4. 3 Tabel Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 60

Tabel 4. 4 Tabel Hasil Uji Reliabilitas 62

Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 62

Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 63

Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan. 63

Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan 64

Tabel 4. 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili Responden. 65

Tabel 4. 10 Tabel Hasil Uji Normalitas 66

Tabel 4. 11 Tabel Hasil Uji Multikolinieritas 67

Tabel 4. 12 Tabel Hasil Uji Heteroskedasitas 68

Tabel 4. 13 Tabel Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji F) 69

Tabel 4. 14 Tabel Hasil Uji Correlation Coefficient 70

Tabel 4. 15 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi 71

Tabel 4. 16 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi social media marketing Terhadap Keputusan Pembelian 71

Tabel 4. 17 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian 72

