

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu</b>	<b>35</b>
<b>Tabel 3.1 Instrumen Skala Likert</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel</b>	<b>41</b>
<b>Tabel 3.3 Pengambilan Keputusan Uji Reliabilitas</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 3.4 Koefisien Korelasi</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 4.1 Karakteristik Responden</b>	<b>50</b>
<b>Tabel 4.2 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Sosial Media Marketing</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.3 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Brand Image</b>	<b>53</b>
<b>Tabel 4.4 Tabel Statistik Deskriptif Variabel Keinginan Pembelian</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 4.5 Rekapitulasi Uji Validitas</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolinieritas</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 4.8 Tabel Uji Korelasi</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.9 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji-F)</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.10 Hasil Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) Sosial Media Marketing Terhadap Keinginan Pembelian</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>) Brand Image Terhadap Keinginan Pembelian</b>	<b>62</b>