

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Timeline Rencana Kegiatan Penelitian	15
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	48
Tabel 3.2 Uji Validitas promosi Starbuck pada Line	56
Tabel 3.3 Uji Validitas Keputusan Pembelian	57
Tabel 3.4 Realibilitas Promosi Starbuck pada Line	58
Tabel 3.5 Realibilitas Keputusan Pembelian	58
Tabel 3.6 Kategori Interpretasi Skor	59
Tabel 4.1 Saya tertarik dengan official account Line	68
Tabel 4.2 Informasi yang disebar melalui <i>official account</i> Starbuck pada Line menarik perhatian saya.....	68
Tabel 4.3 Dengan informasi yang saya dapatkan, saya tertarik untuk mengikuti <i>official account</i> Starbuckn pada Line	70
Tabel 4.4 Saya tertarik menggunakan promosi yang ditawarkan melalui official account Starbuck pada Line	70
Tabel 4.5 Bentuk dan isi pesan yang dikirim dengan <i>official account</i> Starbuck pada Line menarik minat konsumen untuk membeli produk	71
Tabel 4.6 Dengan <i>official account</i> Starbuck pada Line informasi mengenai Starbuck dapat diakses.....	72
Tabel 4.7 Informasi yang didapatkan melalui <i>official account</i> Starbuck pada Line dapat dipercaya	73
Tabel 4.8 Informasi mengenai produk dan promosi menjadi lebih mudah didapatkan dengan menggunakan <i>official account</i> Starbuck pada Line	73

Tabel 4.9 Promosi yang ditawarkan pada <i>official account</i> Starbuck pada Line mendorong <i>followers</i> untuk membeli produk.	74
Tabel 4.10 Saya memilih untuk membeli produk Starbuck karea Starbuck memberikan promosi melalui <i>Official account</i> Line	75
Tabel 4. 11 Saya membagikan informasi mengenai promosi yang pernah saya gunakan melalui <i>official account</i> Starbuck kepada orang lain	76
Tabel 4.12 Saya membagikan nformasi dan <i>official account</i> Starbuck pada Line kepada orang lain (<i>Share official account</i>).	76
Tabel 4.13 Saya pernah merekomendasikan produk starbuck kepada orang lain dengan sosial media.....	77
Tabel 4.14 Konsep dan cara menginformasikan pesan mengenai promosi yang ditawarkan <i>official account</i> Starbuck pada Line sesuai dengan kebutuhan saya.	78
Tabel 4.15 Saya membutuhkan promosi yang disebar melalui <i>official account</i> Starbuck pada Line untuk membeli produk.....	79
Tabel 4.16 Informasi mengenai promosi yang ditawarkan mudah didapatkan dari beberapa sumber.....	80
Tabel 4.17 Saya mengetahui promosi yang ditawarkan melalui <i>official account</i> Starbucks pada Line dari media cetak dan elektronik (majalah dan televisi, radio)	80
Tabel 4.18 Saya mengetahui promosi yang ditawarkan melalui <i>official account</i> Starbucks pada Line dari media online	81
Tabel 4.19 Saya mengetahui promosi yang ditawarkan melalui <i>official account</i> Starbucks pada Line dari WoM (Word of Mouth)	82
Tabel 4.20 Saya menggunakan promosi Starbucks melalui <i>official account</i> Line karena lebih menguntungkan bagi saya	83
Tabel 4.21 Promosi yang ditawarkan melalui <i>official account</i> Starbucks pada Line lebih menguntungkan dibandingkan promosi yang ditawarkan oleh competitor Starbucks	83

Tabel 4.22 Saya memilih untuk membeli produk Starbucks dengan menggunakan promosi yang ditawarkan <i>official account</i> Starbucks pada Line	84
Tabel 4.23 Saya akan membeli produk Starbucks pada saat saya mendapatkan informasi promosi melalui <i>official account</i> Starbucks pada Line	85
Tabel 4.24 Tanggapan responden mengenai indikator attention pada variabel X	86
Tabel 4.25 Tanggapan responden mengenai indikator interst pada variabel X.....	87
Tabel 4.26 Tanggapan responden mengenai indikator search pada variabel X.....	89
Tabel 4.27 Tanggapan responden mengenai indikator action pada variabel X.....	90
Tabel 4.28 Tanggapan responden mengenai indikator share pada variabel X	91
Tabel 4.29 Tanggapan responden mengenai variabel X	92
Tabel 4.30 Tanggapan responden mengenai pengenalan kebutuhan variabel Y	95
Tabel 4.31 Tanggapan responden mengenai pencarian msalah variabel Y	96
Tabel 4.32 Tanggapan responden mengenai evaluasi alternative	98
Tabel 4.33 Tanggapan responden mengenai keputusan pembelian	99
Tabel 4.34 Tanggapan responden mengenai variabel Y	100
Tabel 4.35 Hasil Uji Normalitas	103
Tabel 4.36 Hasil Uji Linearitas	104
Tabel 4.37 Regresi Linear Sederhana	105
Tabel 4.38 Hasil Uji Hipotesis	106
Tabel 4.39 Koefisien Determinasi	107