

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tahapan Penelitian.....	10
Tabel 2.1 Acuan Jurnal Ilmiah Nasional.....	13
Tabel 2.2 Acuan Jurnal Ilmiah Intenasional.....	16
Tabel 2.3 Acuan Skripsi Sebelumnya.....	20
Tabel 2. 4 Model Stimulus Respon.....	23
Tabel 2.5 Hubungan Antar Variabel .....	38
Tabel 2.6 Kerangka Pemikiran.....	39
Tabel 3.1 Paradigma Penelitian.....	41
Tabel 3.2 Operasional Variabel .....	45
Tabel 3.3 Instrumen Skala Likert.....	48
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Sosial Media Marketing (X).....	52
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Kuisisioner Respon Khalayak (Y).....	53
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas Variabel Penelitian.....	55
Tabel 3.7 Kriteria Penilaian Berdasarkan Presentase.....	57
Tabel 4.1 Penyebaran Kuisisioner Penelitian.....	62
Tabel 4.2 Kriteria Pengklarifikasi Presentase Skor Tanggapan Responden.....	63

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Tabel 4.5 Informasi Mengetahui Adanya Ig Heavenly Blush.....	64
Tabel 4.6 Mengikuti Ig Heavenly Blush.....	65
Tabel 4.7 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Sosial Media Marketing.....	65
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Content yang Terkandung dalam Akun ini Menarik Perhatian .....	66
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Content yang terkandung dalam Akun ini Informatif dan komunikatif .....	67
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Content yang terkandung dalam Akun ini mewakili dari lini bisnis yang dijalankan oleh perusahaan.....	67
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Content yang terkandung dalam Akun ini dapat dibagikan kepada khalayak ramai.....	68
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Content yang terkandung dalam Akun ini dapat meningkatkan jumlah audience.....	69
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Content yang terkandung dalam Akun ini dapat menimbulkan stimulus.....	69
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini memberikan informasi dengan jelas dan jujur.....	70

Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini dapat membuat pelanggan tertarik untuk menjadi bagian dari pengikutnya.....	70
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggannya.....	71
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini mengajak audience untuk ikut serta dalam kampanyenya.....	71
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini mengajak audience untuk menyebarkan kampanyenya.....	72
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini menjadikan audience nya sebagai asset digital perusahaan.....	72
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini memiliki kesamaan karakter dengan audience.....	73
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini mengajak audience nya untuk ber interaksi dengan perusahaan dan sesama audience.....	74
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Akun ini memiliki kesamaan minat dengan audience.....	74
Tabel 4.23 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Terhadap Respon Khalayak.....	75
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Melalui Akun ini, audience sadar akan ada nya Sebuah Produk.....	76
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Melalui Akun ini, audience sadar akan kampanye dari sebuah perusahaan.....	77

Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Melalui Akun ini, perusahaan memberikan informasi yang jelas kepada para audience.....	77
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Melalui Akun ini, audience mendapatkan sebuah knowledge mengenai sebuah produk.....	78
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Melalui Akun ini, audience mendapatkan sebuah knowledge dari kampanye perusahaan.....	78
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Melalui Akun ini , Audience akan mencari tahu informasi sebuah produk.....	79
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Audience menyukai informasi yang disampaikan oleh Akun ini.....	80
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Audience menyukai produk yang disampaikan oleh Akun ini.....	80
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Audience menyukai kampanye yang dilakukan melalui Akun ini.....	81
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Audience akan mencoba melakukan pembelian setelah menjadi pengikut akun ini.....	81
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Audience mendapatkan benefit tambahan ketika menjadi pengikut Akun ini dan melakukan pembelian.....	82
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai Audience akan mengajak orang lain untuk melakukan pembelian.....	82
Tabel 4.36 Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.37 Koefisien Regresi Sederhana.....	87

Tabel 4.38 Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	89
Tabel 4.40 Koefisien Determinasi (R- <i>square</i> ).....	89