

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 WAKTU PERIODE PENELITIAN	13
TABEL 2.1 PENELITIAN TERDAHULU	27
TABEL 3.1 OPERASIONAL VARIABEL	41
TABEL 3.2 DESAIN PENGUKURAN SKALA LIKERT	44
TABEL 3.3 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL X	50
TABEL 3.4 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL Y	51
TABEL 3.5 HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL X (PROMOSI PENJUALAN)	52
TABEL 3.6 HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL Y (RESPON KHALAYAK)	53
TABEL 3.7 KRITERIA INTERPRETASI SKOR	54
TABEL 3.8 GARIS KONTINUM	55
TABEL 3.9 INTERPRETASI TERHADAP KOEFISIEN KORELASI	58
TABEL 4. 1 DATA RESPONDEN BERDASARKAN <i>SCREENING QUESTION</i>	62
TABEL 4.2 DATA RESPONDEN BERDASARKAN <i>SCREENING QUESTION</i>	63
TABEL 4.3 DATA RESPONDEN BERDASARKAN <i>SCREENING QUESTION</i>	64
TABEL 4.4 DATA RESPONDEN BERDASARKAN <i>SCREENING QUESTION</i>	65
TABEL 4.5 DATA RESPONDEN BERDASARKAN <i>SCREENING QUESTION</i>	66
TABEL 4.6 DATA RESPONDEN BERDASARKAN <i>SCREENING QUESTION</i>	67

TABEL 4.7 DATA RESPONDEN BERDASARKAN <i>SCREENING QUESTION</i>	68
TABEL 4.8 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR KOMUNIKASI	70
TABEL 4.9 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR INSENTIF	72
TABEL 4.10 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR AJAKAN	76
TABEL 4.11 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI PROMOSI PENJUALAN (X)	79
TABEL 4.12 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR DIMENSI <i>AWARENESS</i>	81
TABEL 4.13 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR DIMENSI <i>KNOWLEDGE</i>	82
TABEL 4.14 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR DIMENSI <i>LIKING</i>	84
TABEL 4.15 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR DIMENSI <i>PREFERENCE (AFFECTIVE)</i>	86
TABEL 4.16 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR DIMENSI <i>CONVICTION (AFFECTIVE)</i>	88
TABEL 4.17 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI INDIKATOR DIMENSI <i>PURCHASE (CONATIVE)</i>	90
TABEL 4.18 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI RESPON KHALAYAK (Y)	91
TABEL 4.19 UJI NORMALITAS	92
TABEL 4.20 ANALISIS KORELASI PEARSON <i>PRODUCT MOMENT</i>	94
TABEL 4.21 UJI REGRESI LINIER SEDERHANA	96
TABEL 4.22 MODEL SUMMARY	97
TABEL 4.23 ANALISIS UJI HIPOTESIS (T)	98