

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengunjung E-Commerce pada Kuartal IV Tahun 2018 .....	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	29
Tabel 3. 1 Kisi-kisi Variabel .....	45
Tabel 3.2 Instrumen Skala Liktert .....	49
Tabel 3.3 Jumlah Mahasiswa Aktif Universitas Telkom Bandung Angkatan 2016 ..	51
Tabel 3.4 Skor Alternatif Jawaban Kuisisioner .....	54
Tabel 3.5 Rentang Skala Interpretasi .....	57
Tabel 3.6 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	60
Tabel 4.1 Uji Validitas X2 (Komunikasi Pemasaran) .....	65
Tabel 4.2 Uji Validitas X2 (Experiential Marketing) .....	65
Tabel 4.3 Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian) .....	66
Tabel 4.4 Uji Reabilitas Komunikasi Pemasaran .....	67
Tabel 4.5 Uji Reabilitas Experiential Marketing .....	68
Tabel 4.6 Uji Reabilitas Keputusan Pembelian .....	68
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Penayangan Iklan Secara Rutin.....	69
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Bintang Iklan Ternama yang Menarik Perhatian .....	69
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Diskon yang Diberikan .....	70

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Kupon Undian Dalam Melakukan Pemasaran .....	70
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Pemberian Sponsor .....	71
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Kemeriahan Acara .....	72
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Kegiatan Penggalangan Dana.....	72
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Kemenarikan Katalog .....	73
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Informasi yang Memenuhi Ekspetasi .....	73
Tabel 4.16 Rekapitulasi Skor Variabel Komunikasi Pemasaran (X1) .....	74
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Warna Tema Pada Aplikasi .....	75
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Lagu Khas pada Produk .....	75
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Dalam Berbelanja .....	76
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Kesenangan Ketika Berbelanja .....	76
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Manfaat .....	77
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Harga yang Sesuai .....	77
Tabel 4.23 Taggapan Responden Mengenai Percaya dengan Keamanan Berbelanja .....	78
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Gaya Hidup .....	78
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Citra yang Baik .....	79
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Membagikan Pengalaman dengan	

orang lain .....	79
Tabel 4.27 Rekapitulasi Skor Variabel Experiential Marketing (X2) .....	80
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Keberagaman Produk yang disediakan.....	81
Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Kemantapan pada sebuah Produk.....	81
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kepercayaan Konsumen.....	82
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Mengenai Kepopularitasan Produk .....	82
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Mengenai Banyaknya Keinginan Untuk Membeli .....	83
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Rekomendasi Kepada Orang lain .....	84
Tabel 4.34 Tanggapan Responden Mengenai Frekuensi Pembelian Berdasarkan Kebutuhan.....	84
Tabel 4.35 Tanggapan Responden Mengenai Kemudahan Melakukan Pembayaran .....	85
Tabel 4.36 Tanggapan Responden Mengenai Berbagai Pilihan Pembayaran.....	85
Tabel 4.37 Rekapitulasi Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	86
Tabel 4.38 Uji Normalitas .....	87
Tabel 4.39 Uji Heteroskedastisitas .....	88
Tabel 4.40 Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	89

Tabel 4.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) Experiential Marketing (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	90
Tabel 4.42 Hasil Analisis Korelasi Experiential Marketing (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) .....	90
Tabel 4.43 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	91
Tabel 4.44 Uji T (Uji Parsial) .....	92
Tabel 4.45 Uji T (Uji Parsial) .....	92
Tabel 4.46 Uji F (Uji Simultan) .....	94