

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 PENELITIAN TERDAHULU	24
Tabel 3. 1 OPERASIONAL VARIABEL.....	38
Tabel 3. 2 SKALA PENGUKURAN.....	41
Tabel 3. 3 HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL IKLAN VIDEO "CAPTURE & WIN GIVEAWAY" (X) DAN VARIABEL SIKAP KONSUMEN PADA MEREK EIGER (Y)	46
Tabel 3. 4 HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL IKLAN VIDEO "CAPTURE & WIN GIVEAWAY" (X).....	48
Tabel 3. 5 HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL SIKAP KONSUMEN PADA MEREK EIGER (Y)	48
Tabel 4. 1 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI VIDEO.....	58
Tabel 4. 2 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI AUDIO	63
Tabel 4. 3 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI IKLAN "CAPTURE & WIN GIVEAWAY" (VARIABEL X)	65
Tabel 4. 4 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI KOGNITIF	67
Tabel 4. 5 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI AFEKTIF	70
Tabel 4. 6 TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI DIMENSI BEHAVIORAL	74
Tabel 4. 7 REKAPITULASI TANGGAPAN RESPONDEN MENGENAI SIKAP KONSUMEN PADA MEREK EIGER (VARIABEL Y).....	77
Tabel 4. 8 HASIL UJI NORMALITAS.....	79
Tabel 4. 9 KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT	81
Tabel 4. 10 UJI HIPOTESIS	82
Tabel 4. 11 UJI REGRESI LINIER SEDERHANA.....	83
Tabel 4. 12 UJI KOEFISIEN DETERMINASI	84