

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Produk Teratas di Kategori Makanan Ringan Berdasarkan Sales Quantity	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 2.2 Jurnal Nasional.....	34
Tabel 2.3 Jurnal Internasional	39
Tabel 3.1 Tabel Operasional	49
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	54
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	58
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Harga.....	58
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Promosi	59
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk	60
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Harga	61
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Promosi	61
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	61
Tabel 3.11 Interpretasi Persentase Skor	63
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Performance</i>	73
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Features</i>	74
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Reliability</i>	74
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Conformance to Spesfication</i>	75
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Durability</i>	76
Tabel 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Serviceability</i>	77
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Aesthetic</i>	78
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Perceived Quality</i>	79
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kualitas Produk	79
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Keterjangkauan Harga	81
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk.....	81

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Kesesuaian Harga dengan Manfaat	82
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Daya Saing Harga	83
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga.....	84
Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Advertising</i>	85
Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Sales Promotion</i>	86
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Personal Selling</i>	87
Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Public Relation</i>	87
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi <i>Direct and Digital Marketing</i>	88
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Promosi	89
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Merek Produk.....	90
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Saluran Distribusi.....	91
Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Jumlah Pembelian	92
Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Waktu Pembelian	93
Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Metode Pembayaran.....	93
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Keputusan Pembelian	94
Tabel 4.27 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	95
Tabel 4.28 Hasil Uji Multikolinearitas.....	97
Tabel 4.29 Hasil Uji Glejser	98
Tabel 4.30 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	99
Tabel 4.31 Hasil Uji T.....	102
Tabel 4.32 Hasil Uji F.....	104
Tabel 4.33 Hasil Koefisien Determinasi	104