

## DAFTAR TABEL

TABEL 1. 1 Produk Galleraj .....	3
TABEL 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	16
TABEL 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	21
TABEL 3. 1 Skor Jawaban .....	23
TABEL 3. 2 Variable Operasional Konten Marketing Sosial Media (X).....	24
TABEL 3. 3 Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	26
TABEL 3. 4 Kriteria Interpretasi Indikator .....	32
TABEL 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	36
TABEL 4. 2 Responden Berdasarkan Usia.....	36
TABEL 4. 3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	37
TABEL 4. 4 Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	38
TABEL 4. 5 Hasil Uji Validitas.....	39
TABEL 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Sosial Media Tiktok).....	40
TABEL 4. 7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	40
TABEL 4. 8 Tanggapan Responden Terkait Konten Sosial Media pada Indikator <i>Personal Relavan</i> .....	40
TABEL 4. 9 Tanggapan Responden Terkait Konten Sosial Media pada Indikator <i>Interactivity</i> .....	41
TABEL 4. 10 Tanggapan Responden Terkait Konten Sosial Media pada Indikator <i>Message</i>	42
TABEL 4. 11 Tanggapan Responden Terkait Konten Sosial Media pada Indikator <i>Brand Familiarity</i> .....	43
TABEL 4. 12 Tanggapan Responden Terkait Keputusan Pembelian pada Indikator Pengenalan Masalah.....	44
TABEL 4. 13 Tanggapan Responden Terkait Keputusan Pembelian pada Indikator Pencarian Informasi .....	45
TABEL 4. 14 Tanggapan Responden Terkait Keputusan Pembelian pada Indikator Evaluasi Alternatif.....	46
TABEL 4. 15 Tanggapan Responden Terkait Keputusan Pembelian pada Indikator Keputusan Pembelian.....	47
TABEL 4. 16 Tanggapan Responden Terkait Keputusan Pembelian pada Indikator Prilaku Sesudah Membeli.....	48
TABEL 4. 17 Hasil Uji Linier Sederhana.....	49

TABEL 4. 18 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	51
TABEL 4. 19 Hasil Uji Parsial (Uji F) .....	51
TABEL 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	52