

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Statistik Akun Sosial Media Resmi Telkomel Orbit.....	11
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Sub-Variabel.....	48
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	49
Tabel 3.3 Skala Likert	55
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Personal Selling.....	57
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Social Media Marketing.....	57
Tabel 3.6. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	58
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	58
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
Tabel 4.4 Tabel Interval Kelas.....	64
Tabel 4.5 Ringkasan Hasil Pernyataan terkait Variabel Personal Selling.....	66
Tabel 4.6 Ringkasan Hasil Pernyataan terkait Variabel Social Media Marketing.....	67
Tabel 4.7 Ringkasan Hasil Pernyataan terkait Variabel Sales Promotion.....	68
Tabel 4.8 Ringkasan Hasil Pernyataan terkait Variabel Keputusan Pembelian.....	69
Tabel 4.9 Hasil Output Composite & Cronbach’s Alpha Reliability Output OuterLoading.....	71
Tabel 4.10 Output AVE da \sqrt{AVE}	72
Tabel 4.11 Output Latent Variable Correlation.....	72
Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi (R^2).....	73
Tabel 4.13 Hasil Heteroit-monotrait ratio (HTMT).....	74
Tabel 4.14 Hasil <i>fornell-Larcker Criterion</i>	75
Tabel 4.15 Hasil Cross Loading.....	75
Tabel 4.16 Pengaruh Personal Selling (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	77
Tabel 4.17 Pengaruh Social Media Marketing (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4.18 Pengaruh Promosi Penjualan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	80