

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tujuan Penggunaan Internet di Indonesia.....	5
Tabel 1. 2 Video on Demand Tertinggi di Indonesia.....	7
Tabel 1. 3 Video on Demand Terendah di Indonesia.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Skripsi.....	19
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional.....	22
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	25
Tabel 3. 1 Variabel Operasional.....	36
Tabel 3. 2 Pengukuran Skala Likert.....	38
Tabel 3. 3 Uji Validitas Pemasaran Media Sosial dan Minat beli.....	44
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Pemasaran Media Sosial.....	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Minat beli.....	45
Tabel 3. 6 Nilai Interval.....	47
Tabel 3. 7 Kuat Rendahnya Hubungan Pengaruh.....	50
Tabel 4. 1 Tanggapan Reposponden Mengenai Pemasaran Media Sosial Dimensi Context.....	53
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Pemasaran Media Sosial Dimensi Communication.....	54
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Pemasaran Media Sosial Dimensi Collaboration.....	56
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Pemasaran Media Sosial Dimensi Connection.....	57
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Minat beli Dimensi Minat Transaksional.....	59
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Dimensi Minat Referensial....	60
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Dimensi Minat Preferensial...61	
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Minat beli Dimensi Minat Eksploratif.....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas.....	65
Tabel 4. 10 Uji Hipotesis.....	69
Tabel 4. 11 Koefisien Determinasi.....	69