

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....	26
<b>TABEL 3.1</b> Tabel Variabel Operasional.....	34
<b>TABEL 3.2</b> Skala Jawaban.....	44
<b>TABEL 3.3</b> Kriteria Interpretasi Indikator.....	46
<b>TABEL 4.1</b> Hasil Uji Validitas Pemasaran Media Sosial (X) .....	55
<b>TABEL 4.2</b> Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian (Y) .....	55
<b>TABEL 4.3</b> Hasil Uji Reliabilitas X.....	56
<b>TABEL 4.4</b> Hasil Uji Reliabilitas Y.....	57
<b>TABEL 4.5</b> Kriteria Interpretasi Skor.....	57
<b>TABEL 4.6</b> Analisis Deskriptif Dimensi Context.....	58
<b>TABEL 4.7</b> Analisis Deskriptif Dimensi Communication.....	59
<b>TABEL 4.8</b> Analisis Deskriptif Dimensi Collaboration .....	61
<b>TABEL 4.9</b> Analisis Deskriptif Dimensi Connection.....	63
<b>TABEL 4.10</b> Analisis Deskriptif Dimensi Pilihan Produk .....	64
<b>TABEL 4.11</b> Analisis Deskriptif Dimensi Pilihan Merek.....	66
<b>TABEL 4.12</b> Analisis Deskriptif Dimensi Pilihan Penyalur.....	67
<b>TABEL 4.13</b> Analisis Deskriptif Dimensi Waktu Pembelian.....	68
<b>TABEL 4.14</b> Analisis Deskriptif Dimensi Metode Pembayaran .....	69
<b>TABEL 4.15</b> Analisis Deskriptif Variabel Pemasaran Media Sosial.....	70
<b>TABEL 4.16</b> Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian .....	71
<b>TABEL 4.17</b> Kesimpulan Hasil Analisis Deskriptif.....	72