

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3. 1 Variabel Operasional Penelitian.....	37
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	39
Tabel 3. 3 Kriteria Interpretasi Indikator	45
Tabel 4. 1 Perencanaan Konten Menggunakan Strategi Digital Branding Pada TikTok Caru Matcha Bar.....	48
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif terhadap Dimensi Produksi Pemasaran Media Sosial	54
Tabel 4. 5 Analisis Deskriptif terhadap Dimensi Produksi Konten	55
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif terhadap Dimensi Pengembangan Keterlibatan Pelanggan.....	56
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif terhadap Dimensi Brand Recall.....	58
Tabel 4. 8 Analisis Deskriptif terhadap Dimensi Brand Recognition	59
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif terhadap Dimensi Purchase Decision	60
Tabel 4. 10 Analisis Deskriptif terhadap Dimensi Consumption	61
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif terhadap Keseluruhan Dimensi.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Hipotesis F	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Hipotesis T	64
Tabel 4. 14 Hasil Koefisien Determinasi.....	65