

DAFTAR TABEL

1. 1 Brand dessert box	5
2. 1 Penelitian terdahulu.....	21
2. 2 Kerangka Konsep	23
3. 1 Operasional Variabel.....	27
3. 2 Pedoman Interpretasi Koefesien Korelasi	33
3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X (Sosial Media).....	34
3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Brand Awareness)	35
3. 5 Hasil Reliabilitas Variabel X (Media Sosial).....	36
3. 6 Hasil Reliabilitas Variabel Y (Brand Awareness).....	37
4. 1 Jenis Kelamin	41
4. 2 Jenis Usia.....	41
4. 3 Status Pekerjaan	42
4. 4 Pengguna Aktif Sosial Media TikTok.....	43
4. 5 Bittersweet by Najla Sering Masuk Beranda	43
4. 6 Bittersweet by Najla sering membuat konten menarik	44
4. 7 Menaruh komentar pada postingan Bittersweet by Najla	44
4. 8 Merasa tertarik dengan postingan Bittersweet by Najla	45
4. 9 Mengetahui produk bittersweet by najla dari TikTok	46
4. 10 Mengenal Bittersweet by Najla	46
4. 11 Konten Bittersweet by Najla menarik	47
4. 12 Ketika menginginkan dessert box	48
4. 13 Bittersweet by Nala sering melakukan give away	48
4. 14 Pernah memberikan komentar atau like	49
4. 15 Bittersweet by Najla sering melakukan interaksi	50
4. 16 Bittersweet by Najla sering menyapa followersnya.....	50
4. 17 Sebelum adanya aplikasi TikTok	51
4. 18 Tidak pernah mendengar Bittersweet by Najla.....	52
4. 19 Merasa ragu telah mengenal Bittersweet by Najla.....	53
4. 20 Merasa asing dengan logo Bittersweet by Najla	53
4. 21 mengenali Bittersweet by Najla melalui orang terdekat	54
4. 22 Menegenali produk Bittersweet by Najla ketika melihat logo	55
4. 23 Mengenali Bittersweet by Najla sebagai brand dessert box.....	56
4. 24 Mengenali Bittersweet by Najla melalui sosial media.....	57
4. 25 Mengingat Bittersweet by Najla ketika mencari dessert box	57
4. 26 Mencari produk Bittersweet by Najla	58
4. 27 Bittersweet by Najla dibandingkan dengan brand lain	59
4. 28 Mengenal packaging dari Bittersweet by Najla	59
4. 29 Bittersweet by Najla adalah brand populer	60
4. 30 Membicarakan Bittersweet by Najla	61
4. 31 Rekapitulasi Variabel X (Sosial Media).....	62

4. 32 Rekapitulasi Variabel Y (Brand Awareness)	63
4. 33 Uji determinasi	64
4. 34 Coefficients	65
4. 35 ANOVA	67