

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kompetitor Media Sosial Instagram <i>Brand Clothing</i> Lokal.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 2.2 Kerangka Konsep.....	20
Tabel 3.1 Pedoman Untuk Memberikan Koefisien Korelasi .....	23
Tabel 3.2 Penilaian Skala Likert .....	26
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X ( <i>Sales Promotion</i> ).....	30
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	31
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y ( <i>Sales Promotion</i> ).....	32
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	32
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2 Usia .....	36
Tabel 4.3 Pernah Membeli Produk Roughneck 1991 .....	36
Tabel 4.4 Melihat Roughneck melakukan promosi di Instagram .....	37
Tabel 4.5 Roughneck mempromosikan produknya melalui media sosial Instagram..	37
Tabel 4.6 Roughneck melakukan promosi ketika mengeluarkan produk baru di Instagram @roughneck1991 .....	38
Tabel 4.7 Promosi yang dilakukan Roughneck bervariasi dan menarik.....	38
Tabel 4.8 Informasi yang diberikan oleh akun @roughneck1991 mudah dipahami ..	39
Tabel 4.9 Postingan di Instagram @roughneck1991 sangat informatif.....	39
Tabel 4.10 Promosi di Instagram memudahkan followers mengetahui dengan cepat	40
Tabel 4.11 Melihat iklan Roughneck di marketplace dan sosial media.....	40
Tabel 4.12 Promosi yang dilakukan oleh Roughneck menarik.....	41
Tabel 4.13 Roughneck sering mengadakan diskon atau giveaway ketika mengeluarkan produk baru.....	41
Tabel 4.14 Roughneck memberikan diskon jika berbelanja di marketplace .....	42
Tabel 4.15 Saya merasa waktu pelaksanaan promosi sudah tepat sasaran .....	42
Tabel 4.16 Roughneck memberikan diskon setiap tanggal kembar (6.6 sale).....	43
Tabel 4.17 Promosi yang dilakukan Roughneck ada yang harian, mingguan dan bulanan .....	43
Tabel 4.18 Diskon yang diberikan Roughneck membuat tertarik untuk membeli .....	44
Tabel 4.19 Produk Roughneck cocok digunakan oleh laki-laki maupun perempuan.	45
Tabel 4.20 Produk Roughneck cocok digunakan untuk kalangan remaja hingga dewasa .....	45
Tabel 4.21 Roughneck sering melakukan giveaway setiap mengeluarkan produk baru .....	46
Tabel 4.22 Roughneck sudah tepat sasaran dalam melakukan promosi .....	46
Tabel 4.23 Roughneck melakukan promosi di waktu yang tepat .....	47
Tabel 4.24 Roughneck dapat memenuhi kebutuhan, karena dapat dengan mudah didapatkan .....	47
Tabel 4.25 Roughneck mempunyai design yang simple.....	48

Tabel 4.26 Roughneck memiliki promosi yang menarik .....	48
Tabel 4.27 Mencari informasi Roughneck di Instagram @roughneck1991 .....	49
Tabel 4.28 Sebelum memutuskan untuk membeli, mencari tahu informasi Roughneck kepada keluarga dan teman .....	49
Tabel 4.29 Sebelum membeli melihat review dari orang lain .....	50
Tabel 4.30 Mencari informasi Roughneck melalui marketplace dan sosial media.....	50
Tabel 4.31 Harga Roughneck relatif murah dibanding merek lain .....	51
Tabel 4.32 Mengevaluasi sebelum melakukan pembelian produk Roughneck .....	51
Tabel 4.33 Mencari tahu kualitas produk, sebelum melakukan pembelian produk Roughneck .....	52
Tabel 4.34 Produk Roughneck dapat memenuhi kebutuhan.....	52
Tabel 4.35 Metode pembayaran produk Roughneck sangat mudah .....	53
Tabel 4.36 Membeli produk Roughneck karena mendapat informasi positif tentang produk .....	54
Tabel 4.37 Tertarik dengan brand Roughneck, setelah melakukan evaluasi .....	54
Tabel 4.38 Membeli produk Roughneck karena harganya terjangkau .....	55
Tabel 4.39 Roughneck memiliki promosi yang lebih menarik dibandingkan merek lain.....	55
Tabel 4.40 Merasa puas setelah membeli produk Roughneck.....	56
Tabel 4.41 Merasa senang dan puas atas produk yang dijual Roughneck .....	56
Tabel 4.42 Suka dengan promo yang diberikan oleh Roughneck.....	57
Tabel 4.43 Akan melakukan pembelian ulang produk Roughneck di marketplace....	57
Tabel 4.44 Merekomendasikan produk Roughneck kepada orang lain .....	58
Tabel 4.45 Rekapitulasi Variabel X (Sales promotion) .....	58
Tabel 4.46 Rekapitulasi Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	59
Tabel 4.47 Model Summary.....	60
Tabel 4.48 Anova .....	61
Tabel 4.49 Coefficients .....	62