

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu yang relevan .....	31
Tabel 2.2 Kerangka Konsep .....	36
Tabel 3.1 Operasional Variabel X ( <i>Brand Equity</i> ).....	39
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	40
Tabel 3.3 Jumlah Followers Instagram Mc Donalds.....	42
Tabel 3.4 Kategori Penelitian dengan Skala Likert.....	45
Tabel 3.5 Tingkat Reliabilitas .....	48
Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	49
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas Variabel X (Konten Instagram).....	51
Tabel 3.8 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	52
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Konten Instagram) .....	53
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	53
Tabel 4.1 Identitas Jenis Kelamin .....	56
Tabel 4.2 Usia .....	59
Tabel 4.3 Pertanyaan Khusus .....	59
Tabel 4.4 Pertanyaan Khusus .....	60
Tabel 4.5 merek muncul pertama kali dibenak konsumen.....	61
Tabel 4.6 Makanan cepat saji yang sudah dikenal kalangan umum .....	61
Tabel 4.7 Saya mengingat baik logo dari Mcdonalds .....	62
Tabel 4.8 memiliki berbagai macam varian menu .....	63
Tabel 4.9 Kemudahan menjalankan fitur pemesanan .....	63
Tabel 4.10 Karakteristik Mcdonalds memberikan kenyamanan bagi saya .....	64
Tabel 4.11 Memiliki inovasi teknologi yang tinggi .....	65
Tabel 4.12 Makanan cepat saji yang lebih baik dibandingkan merek lainnya .....	65
Tabel 4.13 Mcdonalds menjadi solusi Ketika saya sedang lapar .....	66
Tabel 4.14 Membeli produk karena sudah mengkonsumsinya sejak lama .....	67
Tabel 4.15 Merekomendasikan Suatu Merek Kepada Orang Lain .....	67
Tabel 4.16 Saya membeli produk mcdonalds karna adanya kebutuhan.....	68
Tabel 4.17 Saya membeli Mcdonalds karna harganya sesuai keinginan saya .....	69

Tabel 4.18 Saya merasa puas Ketika saya mengkonsumsi Mcdonalds.....	69
Tabel 4.19 Mencari formasi produk Mcdonalds .....	70
Tabel 4.20 Saya pernah melihat iklan Mcdonalds muncul di instagram.....	71
Tabel 4.21 Saya melakukan evaluasi produk sebelum saya membeli .....	71
Tabel 4.22 Membandingkan dengan produk lain.....	72
Tabel 4.23 Memutuskan membeli karena sudah diketahui masyarakat luas .....	73
Tabel 4.24 Memutuskan membeli karna harganya lebih murah .....	73
Tabel 4.25 memilih Mcdonalds Ketika saya ingin membeli makanan cepat saji .	74
Tabel 4.26 Sangat senang karena sesuai dengan keinginan saya .....	75
Tabel 4.27 sangat tidak senang karna tidak sesuai dengan keinginan saya .....	75
Tabel 4.28 Merekomendasikan produk kepada orang lain.....	76
Tabel 4.29 Bersedia melakukan pembelian ulang atau lebih dari 1 kali .....	77
Tabel 4.30 Rekapitulasi hasil perhitungan variable X .....	77
Tabel 4.31 Rekapitulasi hasil perhitungan variable Y .....	78
Tabel 4.32 Analisis Koefisien Korelasi.....	79
Tabel 4.33 Pedoman Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	80
Tabel 4.34 Uji Regresi Linier Sederhana .....	80
Tabel 4.35 Uji Regresi Linier Sederhana .....	81
Tabel 4.36 Model summary <i>Brand Awareness</i> .....	81
Tabel 4.37 Model summary <i>Perceived Quality</i> .....	83
Tabel 4.38 Model summary <i>Brand Association</i> .....	84
Tabel 4.39 Model summary <i>Brand loyalty</i> .....	85