

Daftar Tabel

Tabel 1. 1 Perbandingan penjualan <i>Brand</i>	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Tabel Operasional	23
Tabel 3. 2 Skala Likert Modifikasi	26
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan.....	28
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi Penjualan.....	29
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	29
Tabel 4. 1 Hasil nilai interval.....	39
Tabel 4. 2 Frekuensi Jenis Kelamin Responden	36
Tabel 4. 3 Usia Reponden	37
Tabel 4. 4 Domisili Responden.....	38
Tabel 4. 5 Pekerjaan Responden	38
Tabel 4. 6 Informasi iklan di Instagram Feed jelas	40
Tabel 4. 7 Informasi iklan di Instagram Stories jelas.....	40
Tabel 4. 8 Informasi iklan di Instagram lengkap	41
Tabel 4. 9 Responden cukup dengan informasi iklan di Instagram	41
Tabel 4. 10 Responden terajak mengetahui Ribsgold pada iklan di Instagram	42
Tabel 4. 11 Responden tertarik mengetahui Ribsgold pada iklan di Instagram....	42
Tabel 4. 12 Responden yakin dengan Ribsgold menjadi pilihan setelah melihat iklan di Instagram.....	43
Tabel 4. 13 Responden yakin Ribsgold memenuhi kebutuhan setelah melihat iklan di Instagram.....	43
Tabel 4. 14 Responden mengetahui iklan Ribsgold pada Instagram Stories	44
Tabel 4. 15 Responden mengetahui iklan Ribsgold pada Instagram Feed	44
Tabel 4. 16 Responden tergugah setelah melihat iklan Ribsgold di Instagram	45
Tabel 4. 17 Responden memiliki nilai tambah setelah melihat iklan Ribsgold di Instagram.....	45
Tabel 4. 18 Responden terpengaruhi oleh iklan.....	46
Tabel 4. 19 Persepsi responden berubah secara positif terhadap Ribsgold.....	46
Tabel 4. 20 Responden mengetahui terdapat informasi potongan harga pada iklan di Instagram.....	47
Tabel 4. 21 Responden mengetahui terdapat informasi gratis ongkir pada iklan di Instagram.....	47
Tabel 4. 22 Rata - Rata Variabel Iklan.....	48
Tabel 4. 23 Responden mendapatkan kupon dari Ribsgold di <i>e – commerce</i>	49
Tabel 4. 24 Responden mendapatkan kupon gratis ongkir dari Ribsgold.....	49
Tabel 4. 25 Responden mendapatkan kupon <i>cashback</i> dari Ribsgold	50
Tabel 4. 26 Responden mengetahui potongan harga pada iklan Instagram.....	50
Tabel 4. 27 Responden mendapatkan potongan harga dari Ribsgold dengan cara membeli produk tertentu	51
Tabel 4. 28 Responden mendapatkan <i>cashback</i> di luar <i>event</i> tertentu.....	51

Tabel 4. 29 Responden mendapatkan <i>cashback</i> Ribsgold pada <i>event</i> – <i>event</i> tertentu	52
Tabel 4. 30 Responden mendapatkan hadiah saat mengikuti <i>games</i> Instagram Stories yang diberikan oleh Ribsgold.....	52
Tabel 4. 31 Responden mendapatkan hadiah melalui <i>Live</i> Tiktok Ribsgold.....	53
Tabel 4. 32 Rata - Rata Variabel Promosi Penjualan.....	53
Tabel 4. 33 Kebutuhan responden terhadap <i>fashion</i> relatif tinggi	54
Tabel 4. 34 Ribsgold kebutuhan Responden.....	54
Tabel 4. 35 Responden menggunakan Ribsgold karena keinginan.....	55
Tabel 4. 36 Responden mengetahui informasi Ribsgold pada Sosial Media.....	55
Tabel 4. 37 Responden mengetahui informasi Ribsgold dari orang lain	56
Tabel 4. 38 Responden mudah mencari informasi melalui Google	56
Tabel 4. 39 Responden mudah mencari informasi melalui Instagram.....	57
Tabel 4. 40 Responden mengevaluasi merek.....	57
Tabel 4. 41 Ribsgold pilihan utama Responden.....	58
Tabel 4. 42 Responden merasa yakin dengan merek tersebut	58
Tabel 4. 43 Responden membeli Ribsgold karena potongan harga	59
Tabel 4. 44 Responden membeli produk Ribsgold karena banyak ulasan positif di <i>e - commerce</i>	59
Tabel 4. 45 Responden membeli produk Ribsgold karena banyak ulasan positif di luar <i>e – commerce</i>	60
Tabel 4. 46 Responden membeli produk karena rekomendasi orang lain	60
Tabel 4. 47 Responden puas terhadap produk Ribsgold	61
Tabel 4. 48 Responden memberikan ulasan positif di <i>e – commerce</i>	61
Tabel 4. 49 Responden merekomendasikan kepada orang lain	62
Tabel 4. 50 Responden kembali membeli produk – produk Ribsgold.....	62
Tabel 4. 51 Rata - Rata Variabel Keputusan Pembelian.....	63