

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Bagan Konsumsi Mi Instan di Indonesia	2
Tabel 1.2 Perbandingan akun Instagram Restoran Halal Chinese Food.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X.....	19
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Y	20
Tabel 3.3 Skala Pengukuran Likert.....	23
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X (Sales Promotion).....	26
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	27
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Sales Promotion).....	29
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	29
Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.2 Usia	34
Tabel 4.3 Pekerjaan.....	34
Tabel 4.4 Produk Golden Lamian dibeli karena kupon hemat.....	35
Tabel 4.5 Kupon Golden Lamian disukai karena lebih hemat.....	36
Tabel 4.6 Pembeli tertarik dengan produknya karena kupon	37
Tabel 4.7 Pembeli menyukai spesial promo kupon	37
Tabel 4.8 Pembeli tertarik membeli karena masa berlaku kupon.....	38
Tabel 4.9 Produk Golden Lamian dibeli karena diskon hemat.....	39
Tabel 4.10 Diskon Golden Lamian disukai karena lebih hemat.....	40
Tabel 4.11 Pembeli menyukai diskon seperti ‘3 for 89 ribu’.....	41
Tabel 4.12 Pembeli tertarik membeli karena diskon menarik	41
Tabel 4.13 Pembeli tertarik membeli karena masa berlaku diskon.....	42
Tabel 4.14 Pembeli terpikir untuk pergi ke gerainya dan tertarik mem- belinya	43
Tabel 4.15 Pembeli terpikir untuk mendatangi gerai karena ingin mencoba makanan baru	44
Tabel 4.16 Pembeli mengetahui Golden Lamian dari Instagram	45
Tabel 4.17 Pembeli mencoba makanannya karena saran teman	45
Tabel 4.18 Pembeli mencari informasi makanan sebelum membelinya...	46

Tabel 4.19 Pembeli melihat keunggulan makanan melalui Instagram @goldenlamian	47
Tabel 4.20 Pembeli tertarik membeli karena masa berlaku kupon setelah melihat promosinya	48
Tabel 4.21 Informasi Golden Lamian dari Instagram lebih mudah didapatkan.....	48
Tabel 4.22 Pembeli menjadikan produk sebelum membelinya sebagai pilihan	49
Tabel 4.23 Pembeli menjadikan produk yang dipilihnya karena sering mengadakan promosi.....	50
Tabel 4.24 Pembeli akan memilih produknya karena lebih enak daripada kompetitornya	51
Tabel 4.25 Pembeli akan memilih produk Golden Lamian karena harganya terjangkau diantara kompetitornya.....	51
Tabel 4.26 Pembeli memutuskan membeli Golden Lamian karena sesuai kebutuhan.....	52
Tabel 4.27 Pembeli menemukan produk yang sesuai karena kualitas bagus.....	53
Tabel 4.28 Pembeli membeli produk karena promo kupon	54
Tabel 4.29 Pembeli membeli produk karena promo diskon	54
Tabel 4.30 Rekapitulasi Variabel X (sales promotion)	56
Tabel 4.31 Rekapitulasi Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	56
Tabel 4.32 Model Summary.....	57
Tabel 4.33 ANOVA.....	58
Tabel 4.34 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	58