

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	5
Tabel 2.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	13
Tabel 4.1 Usia Responden .....	21
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	21
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	22
Tabel 4.4 Saya merasa bahwa gambar pada iklan yang dilakukan Lemonilo melalui Instagram @nct_dream memiliki konten yang memikat .....	22
Tabel 4.5 Saya merasa bahwa iklan yang dilakukan Lemonilo melalui Instagram @nct_dream memiliki penyampaian pesan berupa audio yang jelas....	23
Tabel 4.6 Saya merasa bahwa iklan yang dilakukan Lemonilo melalui Instagram @nct_dream memiliki penyampaian pesan berupa tulisan yang jelas	23
Tabel 4.7 Saya merasa bahwa promosi yang dilakukan oleh Lemonilo melalui Instagram @nct_dream dapat memberikan informasi mengenai adanya mie instan sehat di Indonesia .....	23
Tabel 4.8 Saya merasa bahwa promosi yang dilakukan oleh Lemonilo melalui Instagram @nct_dream memiliki hadiah menarik berupa photocard spesial NCT DREAM .....	24
Tabel 4.9 Saya merasa bahwa promosi yang dilakukan oleh Lemonilo melalui Instagram @nct_dream dilakukan dalam waktu yang tepat seperti diluar jam kerja atau ketika pada jam masyarakat tidak sibuk .....	24
Tabel 4.10 Saya merasa bahwa Lemonilo seringkali menyapa para konsumennya demi menjalin hubungan yang baik dengan masyarakat melalui media sosial Instagram.....	25
Tabel 4.11 Saya merasa bahwa Lemonilo seringkali bertukar informasi kepada konsumen melalui <i>question box</i> yang disediakan melalui media sosial Instagram .....	25
Tabel 4.12 Saya merasa bahwa Lemonilo dapat menerima kritik dan saran yang berasal dari masyarakat dengan baik melalui media sosial Instagram .	25

Tabel 4.13 Saya merasa bahwa <i>sales</i> Lemonilo seringkali melakukan penjualan secara personal terutama dalam penjualan produk bertemakan NCT DREAM.....	26
Tabel 4.14 Saya merasa bahwa konsumen dapat bertukar informasi seperti bertanya terkait produk kepada <i>sales</i> yang sedang menjual produk Lemonilo ..	26
Tabel 4.15 Saya merasa bahwa penjualan melalui <i>sales</i> yang dilakukan oleh Lemonilo mudah ditemukan di berbagai pusat perbelanjaan.....	27
Tabel 4.16 Saya merasa bahwa Lemonilo merupakan perusahaan yang memiliki popularitas dengan cukup banyak orang mengetahuinya.....	27
Tabel 4.17 Saya merasa bahwa Lemonilo merupakan perusahaan yang memiliki kredibilitas terjamin.....	28
Tabel 4.18 Saya merasa bahwa perusahaan Lemonilo memiliki citra perusahaan yang baik (perusahaan yang taat etika bisnis, cinta lingkungan, berorientasi pada karyawan, menghasilkan produk berkualitas).....	28
Tabel 4.19 Saya merasa bahwa produk yang dihasilkan Lemonilo dikemas dalam kemasan yang bagus dengan menggunakan logo NCT DREAM .....	28
Tabel 4.20 Saya merasa bahwa produk yang dihasilkan Lemonilo menggunakan bahan baku saripati bayam yang memiliki kualitas bermutu .....	29
Tabel 4.21 Saya merasa bahwa produk yang dihasilkan Lemonilo menggunakan bahan baku yang telah sesuai dengan standar kesehatan .....	29
Tabel 4.22 Saya merasa lebih percaya diri dalam lingkungan sosial setelah melakukan pembelian produk Lemonilo karena mendapatkan koleksi <i>photocard</i> NCT DREAM .....	30
Tabel 4.23 Saya merasa adanya kepuasan dalam diri setelah melakukan pembelian produk Lemonilo karena mendapatkan koleksi <i>photocard</i> NCT DREAM .....	30
Tabel 4.24 Saya merasa dapat mengikuti lingkungan sosial setelah melakukan pembelian produk Lemonilo karena adanya koleksi <i>photocard</i> NCT DREAM.....	31
Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas .....	31
Tabel 4.26 Hasil Uji Reliabilitas.....	32
Tabel 4.27 Hasil Uji Multikolinearitas .....	32

Tabel 4.28 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	33
Tabel 4.29 Hasil Uji Normalitas .....	33
Tabel 4.30 Hasil Regresi Linear Berganda .....	33
Tabel 4.31 Hasil Uji t.....	34
Tabel 4.32 Hasil Uji F.....	34
Tabel 4.33 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	35
Tabel 4.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	35