DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu22

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Promosi 34

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel *Brand Awareness* 37

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Keputusan Pembelian 38

Tabel 3.4 Rentang Skala 41

Tabel 3.5 Keputusan Uji Otokorelasi 43

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel Promosi 51

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Awareness*53

Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian 54

Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Promosi55

Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas *Brand Awareness*55

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian 56

Tabel 4.7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 56

Tabel 4.8 Profil Responden Berdasarkan Usia 57

Tabel 4.9 Presentase Jumlah Konsumsi 57

Tabel 4.10 Tanggapan Responden Mengenai Promosi58

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai *Brand Awareness* 60

Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian62

Tabel 4.13 Uji Normalitas 64

Tabel 4.14 Uji Heteroskedastisitas 65

Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas 65

Tabel 4.16 Uji Autokorelasi 66

Tabel 4.17 Uji Keberartian Model (Uji F) 67

Tabel 4.18 Uji Signifikan Koefisien secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian (Uji t) 67

Tabel 4.19 Uji Signifikan Koefisien secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian (Uji t) 67

Tabel 4.20 Uji Koefisien Determinasi R2 68

Tabel 4.21 *Sobel test* 69

Tabel 4.22 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung 70