

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data dari Pernyataan Aplikasi TikTok dapat Memasarkan Produk dengan Mudah dan Meluas.....	5
Tabel 2.1	Tinjauan Kajian Terdahulu.....	19
Tabel 3.1	Definisi Operasional.....	29
Tabel 3.2	Pedoman Pemberian Skor.....	31
Tabel 3.3	<i>Lay Out</i> Angket.....	31
Tabel 4.1	Data Analitik Konten Video Tiktok Maecha.id.....	37
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Keaktifan Menggunakan Media Sosial.....	39
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Media Sosial yang Sering Digunakan.....	40
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan Media Sosial.....	41
Tabel 4.7	Deskripsi Responden Berdasarkan Fitur yang Disukai.....	41
Tabel 4.8	Deskripsi Responden Berdasarkan Alasan Memilih Belanja Secara Online.....	42
Tabel 4.9	Deskripsi Variabel <i>Content Marketing</i> (X).....	43
Tabel 4.10	Deskripsi Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y1).....	44
Tabel 4.11	Deskripsi Variabel Peningkatan Penjualan (Y2).....	46
Tabel 4.12	Uji Validitas Variabel <i>Content Marketing</i> (X).....	47
Tabel 4.13	Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y1).....	48
Tabel 4.14	Uji Validitas Variabel Peningkatan Penjualan (Y2).....	48
Tabel 4.15	Uji Reliabilitas Variabel <i>Content Marketing</i> (X).....	49
Tabel 4.16	Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y1).....	49
Tabel 4.17	Uji Reliabilitas Variabel Peningkatan Penjualan (Y2).....	50
Tabel 4.18	Uji Normalitas Variabel <i>Content Marketing</i> (X) dan <i>Brand Awareness</i> (Y1).....	51

Tabel 4.19 Uji Normalitas Variabel <i>Content Marketing</i> (X) dan Peningkatan Penjualan (Y2).....	52
Tabel 4.20 Uji Regresi Linear <i>Content Marketing</i> (X) dan <i>Brand Awareness</i> (Y1).....	55
Tabel 4.21 Uji Regresi Linear <i>Content Marketing</i> (X) dan Peningkatan Penjualan (Y2).....	55
Tabel 4.22 Uji T <i>Content Marketing</i> (X) dan <i>Brand Awareness</i> (Y1).....	56
Tabel 4.23 Uji T <i>Content Marketing</i> (X) dan Peningkatan Penjualan (Y2)..	56
Tabel 4.24 Uji F variabel <i>Content Marketing</i> (X) dan <i>Brand Awareness</i> (Y1).....	57
Tabel 4.25 Uji F <i>Content Marketing</i> (X) dan Peningkatan Penjualan (Y2)..	57
Tabel 4.26 Uji Koefisien Determinasi <i>Content Marketing</i> (X) dan <i>Brand Awareness</i> (Y1).....	58
Tabel 4.27 Uji Koefisien Determinasi <i>Content Marketing</i> (X) dan Peningkatan Penjualan (Y2).....	58