

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Produk Makaroni Cap Ikan Tawes Pada Bulan Juni – November 2025.....	4
Tabel 1.2 Data Hasil Pra- <i>survey</i> Keputusan Pembelian pada Produk Makaroni Cap Ikan Tawes	6
Tabel 1.3 Data Hasil Pra- <i>survey</i> Promosi <i>Online</i> pada Produk Makaroni Cap IkanTawes	9
Tabel 1.4 Data Hasil Pra- <i>survey</i> <i>Endorsement</i> Selebgram pada Produk Makaroni Cap Ikan Tawes	12
Tabel 2 1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	41
Tabel 3.1 Variabel Operasionalisasi	50
Tabel 3.2 Data Konsumen Makaroni Cap Ikan Tawes Periode Juni-November 2025	52
Tabel 3.3 Pembobotan Nilai Jawaban (<i>Skala Likert</i>)	56
Tabel 3.4 Pendoman Interpretasi Koefisien Korelasi X1 terhadap Y	59
Tabel 3.5 Pendoman Interpretasi Koefisien Korelasi X2 terhadap Y	62
Tabel 3.6 Pedoman untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	64
Tabel 3.7 Jadwal Kegiatan Penelitian	67
Tabel 4 1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	77
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	78
Tabel 4.5 Pedoman Interpretasi	80

Tabel 4.6 Tanggapan Responden Iklan Makaroni Cap Ikan Tawes yang saya lihat di media sosial terlihat menarik.....	80
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Tampilan visual iklan Makaroni Cap Ikan Tawes (foto/video) membuat saya ingin mencoba	81
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Penjualan Makaroni Cap Ikan Tawes <i>Online merespons</i> pesan/chat saya dengan cepat	82
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Penjualan Makaroni Cap Ikan Tawes Online ramah dan sopan saat berkomunikasi	82
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Saya tertarik ketika ada promo <i>bundling</i> / beli banyak harga lebih murah	83
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Diskon atau potong harga Makaroni Cap Ikan Tawes <i>online</i> menarik perhatian saya.....	84
Tabel 4.12 Tanggapan Responden saya mendapatkan informasi produk Makaroni Cap Ikan Tawes melalui pesan <i>broadcast</i> /DM	85
Tabel 4.13 Tanggapan Responden Pesan promosi langsung Makaroni Cap Ikan Tawes membantu saya mengenal produknya lebih detail	86
Tabel 4.14 Rekapitulasi Skor Total Responden Terhadap Variabel Promosi <i>Online</i> pada Makaroni Cap Ikan Tawes Ciamis	87
Tabel 4.15 Tabel Interpretasi Promosi <i>Online</i>	89
Tabel 4.16 Tanggapan Responden <i>Endorsement</i> dari selebgram membuat saya lebih mengenal merek camilan Makaroni Cap Ikan Tawes ..	90
Tabel 4.17 Tanggapan Responden Saya sering melihat selebgram mempromosikan produk camilan Makaroni Cap Ikan Tawes	90

Tabel 4.18 Tanggapan Responden Saya percaya pendapat selebgram	
mengenai kualitas camilan Makaroni Cap Ikan Tawes	91
Tabel 4.19 Tanggapan Responden Selegram terlihat jujur saat	
merekomendasikan produk camilan Makaroni Cap Ikan Tawes...	92
Tabel 4.20 Tanggapan Responden Penampilan selebgram membuat saya	
tertarik mencoba produk camilan Makaroni Cap Ikan Tawes.....	93
Tabel 4.21 Tanggapan Responden Gaya komunikasi selebgram membuat	
saya lebih tertarik kepada produk camilan Makaroni Cap Ikan	
Tawes.....	93
Tabel 4.22 Tanggapan Responden Saya merasa lebih yakin memilih produk	
ini setelah melihat rekomendasi dari selebgram	94
Tabel 4.23 Tanggapan Responden <i>Endorsement</i> selebgram mempengaruhi	
Keputusan saya untuk membeli camilan Makaroni Cap Ikan	
Tawes.....	95
Tabel 4.24 Rekapitulasi Skor Total Responden Variabel <i>Endorsement</i>	
Selebgram pada Makaroni Cap Ikan Tawes Ciamis.....	96
Tabel 4.25 Pedoman Interpretasi Keputusan Pembelian.....	98
Tabel 4.26 Tanggapan Responden Saya merasa yakin dengan kualitas produk	
di Makaroni Cap Ikan Tawes.....	99
Tabel 4.27 Tanggapan Responden Saya memutuskan untuk membeli di	
Makaroni Cap Ikan Tawes karena memiliki banyak varian rasa...	100
Tabel 4.28 Tanggapan Responden Saya cenderung melakukan pembelian	
produk secara online melalui tiktok	100

Tabel 4.29 Tanggapan Responden Saya sering membelikan orang lain camilan di Makaroni Cap Ikan Tawes, bahkan sebagai oleh-oleh untuk orang lain.....	101
Tabel 4.30 Tanggapan Responden Saya akan merekomendasikan pada orang lain yang ingin membeli camilan gurih untuk membeli merek Makaroni Cap Ikan.....	102
Tabel 4.31 Tanggapan Responden Saya Percaya bahwa teman saya akan juga menyukai camilan Makaroni Cap Ikan Tawes jika saya rekomendasi	103
Tabel 4.32 Tanggapan Responden Saya akan selalu Kembali ke Makaroni Cap Ikan Tawes karena saya cocok dengan kualitas rasa	103
Tabel 4.33 Tanggapan Responden Minimal sebulan sekali saya melakukan pembelian di Makaroni Cap Ikan Tawes	104
Tabel 4.34 Rekapitulasi Skor Total Responden Variabel Keputusan Pembelian pada Makaroni Cap Ikan Tawes Ciamis.....	105
Tabel 4.35 Pedoman Interpretasi Keputusan Pembelian.....	107
Tabel 4.36 Rekap Hasil Analisis Deskriptif	108
Tabel 4.37 Tabulasi hasil perhitungan Promosi <i>Online</i> (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	109
Tabel 4.38 Uji SPSS Koefisien Korelasi Sederhana X_1 dengan Y.....	112
Tabel 4.39 Intrrerpretasi Besarnya Koefisien Korelasi	113
Tabel 4 40 Uji SPSS Koefisien Determinasi X_1 dengan Y.....	114
Tabel 4.41 Uji SPSS Signifikansi (t), X_1 dengan Y	116

Tabel 4.42 Tabulasi hasil perhitungan <i>Endorsement</i> Selebgram (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian(Y)	116
Tabel 4.43 Uji SPSS Koefisien Korelasi Sederhana X_2 dengan Y.....	120
Tabel 4.44 Intrerpretasi terhadap koefisien korelasi	120
Tabel 4.45 Uji SPSS Koefisien Determinasi X_2 dengan Y	122
Tabel 4.46 Uji SPSS Uji Signifikansi (t), X_2 dengan Y	123
Tabel 4.47 Data Promosi <i>Online</i> (X_1), <i>Endorsement</i> Selebgram (X_2), dan Keputusan Pembelian (Y)	124
Tabel 4.48 Uji SPSS Koefisien Korelasi Berganda.....	128
Tabel 4.49 Interpretasi Besarnya koefisien korelasi	129
Tabel 4.50 Uji SPSS Koefisien Determinasi X_1, X_2 , dengan Y	131
Tabel 4.51 Uji SPSS Uji F X_1, X_2 , dengan Y	132
Tabel 4.52 Uji SPSS Koefisien Regresi Liner Berganda	135