

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Brand Islamic fashion</i> yang Menggunakan <i>Facebook</i>	9
Tabel 1. 2 <i>Top 5 Brand Islamic fashion</i> yang Menggunakan <i>Twitter</i>	9
Tabel 1. 3 <i>Brand Islamic fashion</i> yang Diminati oleh Responden.....	11
Tabel 1. 4 Pengetahuan Responden Melalui Media.....	12
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Artikel Dalam Jurnal Nasional.....	26
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Artikel Dalam Jurnal Internasional.....	37
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Dalam Skripsi.....	43
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	58
Tabel 3. 2 Tabel Skala <i>Likert</i>	64
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X (<i>Social Media</i>).....	70
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>).....	71
Tabel 3. 5 Tabel Hasil Uji Reliabilitas.....	72
Tabel 3. 6 Kriteria Interpretasi Presentase.....	74
Tabel 4. 1 Skor Jawaban Responden Mengenai Item-item Pernyataan Pada Dimensi <i>Context</i> (X).....	84
Tabel 4. 2 Skor Jawaban Responden Mengenai Item-item Pernyataan Pada Indikator Respon Admin (X).....	87
Tabel 4.3 Skor Jawaban Responden Mengenai Item-item Pernyataan Pada Dimensi <i>Collaboration</i> (X)	90
Tabel 4. 4 Skor Jawaban Responden Mengenai Item-item Pernyataan Pada Dimensi <i>Connection</i> (X)	92
Tabel 4. 5 Skor Jawaban Responden Mengenai Variabel <i>Social Media</i> Secara Keseluruhan.....	94
Tabel 4. 6 Skor Jawaban Responden Mengenai Item-item Pernyataan Pada Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	95
Tabel 4.7 Hasil Uji Normalitas Menggunakan <i>One Sample</i> Kolmogorov-smirnov.....	98
Tabel 4.8 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	100
Tabel 4.9 Hasil Uji Determinasi.....	101
Tabel 4.10 Hasil Uji Pengaruh <i>Social Media</i> (X) terhadap <i>Brand Awareness</i> (Y).....	102