

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.1 Model Hierarki Tanggapan	29
Tabel 3.2 Variabel Foto Iklan dan Minat Beli	31
Tabel 5.1 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 5.2 Distribusi Reponden Berdasarkan Jumlah Kunjungan ke <i>Onlineshop Adorable Project Indonesia</i>	53
Tabel 5.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku per Bulan	53
Tabel 5.4 Kualitas Foto pada Tampilan <i>Facebook</i> <i>Adorable Project Indonesia</i>	54
Tabel 5.5 Perangkat <i>Lighting</i> Mempengaruhi Kualitas Foto	55
Tabel 5.6 <i>Lighting</i> yang baik Mempengarugi Ketertarikan Seseorang	56
Tabel 5.7 Kelengkapan Perangkat Foto Mempengaruhi Kualitas Foto	56
Tabel 5.8 Variasi <i>Angel</i> Foto Produk	57
Tabel 5.9 <i>Design</i> Foto yang Ditampilkan	58
Tabel 5.10 <i>Design</i> Foto yang Bervriasi Membuat Ketertarikan Seseorang	58
Tabel 5.11 Pencahayaan yang Baik Membua Seseorang Tertarik	59
Tabel 5.12 Aksesoris Pendukung Produk	60
Tabel 5.13 Aksesoris Pendukung Membuat Ketertarikan Berlebih	60
Tabel 5.14 Pesan Iklan Diperhatikan Konsumen	61
Tabel 5.15 Kelengkapan Keterangan Produk	62
Tabel 5.16 Variasi Warna Produk Membuat Seseorang Tertarik pada Produk	62
Tabel 5.17 Iklan Foto yang Variatif Meningkatkan Minst Beli Konsumen	63
Tabel 5.18 Keinginan Memiliki Produk <i>Adorable Project Indonesia</i>	64

Tabel 5.19 Konsumen Memperhatikan Kualitas	
Produk yang Akan di Beli	64
Tabel 5.20 Konsumen Memperhatikan Harga Produk	65
Tabel 5.21 Variasi Produk Mempengaruhi Minat Beli	66
Tabel 5.22 Model Produk Bervariasi Mempengaruhi Minat Beli	67
Tabel 5.23 Bahan yang Bervariasi Mempengaruhi Minat Beli	67
Tabel 5.24 Warna yang Bervariasi Mempengaruhi Minat Beli	68
Tabel 5.25 Konsumen Membeli Produk Sesuai Kebutuhan	69
Tabel 5.26 Konsumen Memperhatikan Manfaat Produk	69
Tabel 5.27 Konsumen Memperhatikan Promo atau	
<i>Discount</i> yang Sedang Berlaku	70
Tabel 5.28 Produk Bervariasi Mencerminkan Gaya Hidup	71
Tabel 5.29 Konsumen Sering Membandingkan antara	
<i>Onlineshop</i> yang Satu Dengan <i>Onlineshop</i> yang Lainnya	71
Tabel 5.30 Iklan Produk <i>Adorable Project Indonesia</i>	
Mempengaruhi Keingintahuan Konsumen Terhadap Produk	71
Tabel 5.31 Penggolongan Data Interval Tanggapan Konsumen (X)	74
Tabel 5.32 Katagorisasi Variable Iklan Sepatu pada	
<i>Facebook Adorable Project Indonesia</i>	74
Tabel 5.33 Katagorisasi Minat Beli Konsumen (Y)	76
Tabel 5.34 Rekapitulasi Data Hasil Regresi dan Uji T	80