

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Brand Lokal Skincare</i> Indonesia	5
Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	33
Tabel 3. 3 Kategori Penilaian	39
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai <i>r square</i>	43
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Influencer (X)</i>	50
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Visibility</i>	51
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Credibility</i>	52
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Attraction</i>	54
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Power</i>	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Influencer (X)</i>	56
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Favouritability of Brand Association</i>	57
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Strength of Brand Association</i>	59
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Uniqueness of Brand Association</i>	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Korelasi Pearson	63
Tabel 4. 13 Hasil Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Linear Sederhana	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji T	65