

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Scarlett Whitening	15
Gambar 1. 2 Rangkaian Produk Scarlett Whitening	16
Gambar 1. 3 Body Care Scarlett Whitening.....	16
Gambar 1. 4 Face Care Scarlett Whitening.....	17
Gambar 1. 5 Hair Care Scarlett Whitening	17
Gambar 1. 6 Pengguna Internet di Indonesia pada tahun 2022.....	19
Gambar 1. 7 Pengguna Media Sosial di Indonesia pada tahun 2022	20
Gambar 1. 8 Media Sosial paling banyak digunakan tahun 2022.....	20
Gambar 1. 9 Pendapatan produk perawatan tubuh dan kecantikan di Indonesia (2017-2025)	23
Gambar 1. 10 Audience Interest Rachel Vennya	25
Gambar 1. 11 Profil Instagram Rachel Vennya	25
Gambar 1. 12 Contact Person Rachel Vennya	26
Gambar 1. 13 Rate Card Rachel Vennya 2022	26
Gambar 1. 14 <i>Review</i> Rachel Vennya sedang menggunakan produk Scarlett Whitening	27
Gambar 1. 15 Komentar terkait Iklan yang dibuat oleh Rachel Vennya	27
Gambar 1. 16 Progress penggunaan produk Scarlett Whitening oleh Rachel Vennya	29
Gambar 3. 1 Tahapan Penelitian	58
Gambar 3. 2 Klasifikasi Teknik Sampling	59
Gambar 4. 1 Jenis Kelamin Responden	56
Gambar 4. 2 Domisili Responden	57
Gambar 4. 3 Usia Responden.....	58
Gambar 4. 4 Pekerjaan Responden	58
Gambar 4. 5 Pendapatan Rata-Rata Perbulan	59
Gambar 4. 6 Kriteria Garis Kontinum Variabel <i>Image Satisfaction</i>	61
Gambar 4. 7 Kriteria Garis Kontinum Variabel Advertising Trust	63

Gambar 4. 8 Kriteria Garis Kontinum Variabel Purchase Intention.....	66
Gambar 4. 9 Kriteria Garis Kontinum Variabel <i>Self-Brand Connection</i>	69
Gambar 4. 10 <i>Loading Factor</i> dan <i>Path Coefficient</i>	70
Gambar 4. 11 Path Diagram Analisis Inner Model.....	74