

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survei Minat Beli Produk Click	9
Tabel 1.2 Hasil Pra Survei <i>Brand image</i> Produk Click.....	10
Tabel 1.3 Hasil Pra Survei NCT 127 sebagai <i>Brand ambassador</i> Produk Click	11
Tabel 1.4 Hasil Pra Survei Iklan Produk Click	12
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Skripsi	28
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu Jurnal Nasional	31
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu Jurnal Internasional.....	35
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	42
Tabel 3.2 Desain Pengukuran Skala Likert	48
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Iklan	53
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand ambassador</i>	53
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand image</i>	54
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	54
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Iklan.....	55
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand ambassador</i>	55
Tabel 3.9 Hasil Uji Reliabilitas <i>Brand image</i>	55
Tabel 3.10 Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli	56
Tabel 3.11 Kriteria Persentase Skor	57
Tabel 3.12 Klasifikasi Koefisien Pearson	62
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Iklan	65
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Ambassador</i>	69
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i>	73
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli Konsumen	78
Tabel 4.5 Hasil <i>Outer Loading</i>	83
Tabel 4.6 Nilai <i>Convergent Validity</i>	84
Tabel 4.7 Uji Realibilitas	85
Tabel 4.8 Hasil <i>Uji Cross Loading</i>	85
Tabel 4.9 Hasil Akar Kuadrat AVE (<i>Fornell Larcker Criterion</i>).....	87
Tabel 4.10 Hasil Nilai R-Square.....	89
Tabel 4.11 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i> atau Uji Hipotesis	91