

DAFTAR TABEL

	Halalman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Pedoman untuk Memberikan Koefisien Korelasi	33
Tabel 3.3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	34
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variable X (Viral Marketing)	35
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variable Y (Brand Awareness)	36
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variable X (Viral Marketing)	37
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variable Y (Brand Awareness)	37
Tabel 4.1 Usia	42
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	43
Tabel 4.3 Informasi Partisipan	44
Tabel 4.4 Partisipan Mengetahui Konten dari Kerabat	44
Tabel 4.5 Partisipan Membagikan Isi Konten Ke- Kerabat	45
Tabel 4.6 Partisipan Mengatahui Produk Ms Glow For Men dari Kerabat	46
Tabel 4.7 Partisipan Mengatahui Iklan Viral dari Kerabat	46
Tabel 4.8 Konten Ms Glow For Men Memberikan Informasi yang Akurat	47
Tabel 4.9 Partisipan Merasa Konten Memberikan Informasi Simpel	48
Tabel 4.10 Partisipan Merasa Konten Mampu Menarik Mina Membeli	48
Tabel 4.11 Marshell Widiyanto & Babe Cabita Membantu Mengetahui Produk	49
Tabel 4.12 Marshell Widiyanto & Babe Cabita Membantu dalam Mengenal	50
Tabel 4.13 Marsehll & Babe Brand Ambassador Dalam Mempromosikan	50
Tabel 4.14 Partisipan Mengetahui Beberapa Produk yang Diluncurkan	51
Tabel 4.15 Partisipan dapat Mengingat Produk Ketika Membicarakan Produk	52
Tabel 4.16 Ms Glow For Men Produk Skincare Populer	52
Tabel 4.17 Partisipan Mengetahui Ciri Khas atau Keunikan dari Produk	53
Tabel 4.18 Partisipan Mampu Mencari Produk dengan Mudah	54
Tabel 4.19 Partisipan Mengingat Brand saat sedang Mencari Produk	54
Tabel 4.20 Partisipan dapat Mengingat Produk	55
Tabel 4.21 Partisipan lebih Memilih Produk yang Ditawarkan	55
Tabel 4.22 Partisipan dapat Mengingat Produk saat Membicarakan Produk	56
Tabel 4.23 Partisipan Tidak Mengetahui Ms Glow For Men Skincare	57
Tabel 4.24 Partisipan Tidak Mengetahui Ms Glow Skincare Laki-laki	57
Tabel 4.25 Partisipan Tidak Mengatahui Ms Glow For Men Produk Skincare	58
Tabel 4.26 Partisipan Merasa Asing Saat Melihat Logo dari Brand	59
Tabel 4.27 Rekapitulasi Variabel X	60
Tabel 4.28 Rekapitulasi Variabel Y	60
Tabel 4.29 Model Summary	61
Tabel 4.30 Tabel ANOVA	62
Tabel 4.31 Coefficients	63