

DAFTAR TABEL

1.1 Perbandingan Followers Brand Ambassador Instagram	4
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Kerangka Konsep	22
3.1 Definisi Operasional dan Indikator Variabel X dan Y	25
3.2 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha	35
3.3 Hasil Uji Validitas X	35
3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	36
3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	38
3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	38
4.1 Usia	41
4.2 Jenis Kelamin	41
4.3 Pendapatan	42
4.4 Brand Ambassador Mendukung Merek Terkait Profesi	43
4.5 Brand Ambassador Menggunakan Merek	43
4.6 Mempengaruhi Konsumen Membeli Produk	44
4.7 Mempengaruhi Menggunakan Produk Yang Sama	44
4.8 Mempengaruhi Dalam Merasakan Manfaat	45
4.9 Keterdukungan Brand Ambassador Menyukai Produk	45
4.10 Keterdukungan Memakai Skincare	46
4.11 Kesesuaian Brand Ambassador Terhadap Brand	47
4.12 Sosok Brand Ambassador Sesuai	47
4.13 Memiliki Banyak Penggemar Wanita	48
4.14 Jujur Dalam Menyampaikan Informasi	48
4.15 Brand Ambassador Dapat Dipercaya	49
4.16 Memiliki Pengetahuan Tentang Produk	49
4.17 Memiliki Keahlian Menyampaikan Informasi Dengan Baik	50
4.18 Memperhatikan Penampilan	50
4.19 Memiliki Kemampuan Yang Dapat Dipercaya	51
4.20 Sosok Yang Jujur Dan Tidak Berlebihan	51
4.21 Konsumen Dapat Percaya Iklan	52
4.22 Daya Tarik Fisik Yang Menarik	52
4.23 Memiliki Kepribadian Yang Menarik	53
4.24 Memiliki Tampilan Fisik Yang Baik	53
4.25 Sosok Yang Memikat Hati Penggemar	54
4.26 Memiliki Penampilan Yang Menarik	54
4.27 Menyampaikan Pesan Iklan Dengan Menarik	55
4.28 Sosok Yang Berkarisma	56
4.29 Mampu Berkomunikasi	56
4.30 Mempengaruhi Konsumen Melalui Daya Tariknya	57
4.31 Mengikuti Trend	57
4.32 Memiliki Penggemar Peduli Skincare	58
4.33 Memiliki Penggemar Peduli Lingkungan	58
4.34 Brand Semakin Mudah Diingat	59
4.35 Produk Memiliki Kualitas Yang Baik	59

4.36 Produk Tidak Mengandung Bahan Berbahaya	60
4.37 Memberikan Pesan Iklan Secara Lengkap Dan Konsisten	60
4.38 Pesan Iklan Dapat Diterima Dengan Baik	61
4.39 Produk Mmemiliki Keunggulan	61
4.40 Produk Memiliki Keunikan.....	62
4.41 Produk Sesuai Dengan Kebutuhan Konsumen	62
4.42 Memiliki Kandungan Yang Berbeda	63
4.43 Memiliki Manfaat Produk	63
4.44 Memiliki Keunggulan Dari Merek Lain	64
4.45 Memiliki Manfaat Yang Sesuai Kebutuhan.....	64
4.46 Mendapat Kesan Yang Positif.....	65
4.47 Memiliki Kualitas Produk Yang Baik	65
4.48 Membuat Konsumen Percaya	66
4.49 Manfaat Yang Diperoleh Setelah Pemakaian	67
4.50 Produk Aman Dipakai.....	67
4.51 Rekapitulasi Variabel X	68
4.52 Rekapitulasi Variabel Y	69
4.53 Model Summay	70
4.54 Anova	71
4.55 Coefficients	72