

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Konsep .....	23
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	29
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel X (Brand Ambassador) (Sampel n = 30)	38
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Minat Beli) (Sampel n = 30) .....	39
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X (Brand Ambassador) (Sampel n = 30) .....	40
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli) (Sampel n = 30) .....	40
Tabel 3. 6 Interpretasi Korelasi .....	41
Tabel 4. 1 Gender Responden Penelitian .....	45
Tabel 4. 2 Rentang Usia Responden Penelitian.....	46
Tabel 4. 3 Pekerjaan Responden Penelitian .....	47
Tabel 4. 4 Pendidikan Responden Penelitian .....	48
Tabel 4. 5 Mengetahui Nicholas Sapura adalah <i>Brand Ambassador</i> Kanzler.	49
Tabel 4. 6 Setuju Nicholas Saputra mendorong memperhatikan feeds <b>Instagram @temankanzler.</b> ....	50
Tabel 4. 7 Sering melihat iklan Kanzler dengan Nicholas Saputra di media <b>sosial.</b> ....	50
Tabel 4. 8 Mengikuti akun Instagram @temankanzler dan promosi oleh <b>Nicholas Saputra.</b> .....	51
Tabel 4. 9 Pengikut Nicholas Saputra membuat memperhatikan produk yang <b>ia promosikan.</b> .....	51
Tabel 4. 10 Tertarik mengikuti Nicholas Saputra di media sosial.....	52
Tabel 4. 11 Nicholas Saputra kompeten mempromosikan produk makanan.	52
Tabel 4. 12 Nicholas Saputra memiliki pengetahuan baik tentang Kanzler <b>Crispy Chicken Nugget.</b> .....	53
Tabel 4. 13 Percaya Nicholas Saputra jujur dan dapat dipercaya. ....	53
Tabel 4. 14 Nicholas Saputra memiliki reputasi baik di industri hiburan. ....	54
Tabel 4. 15 Nicholas Saputra memiliki reputasi positif dan integritas baik... ..	54

Tabel 4. 16 Merasa Nicholas Saputra adalah sosok berintegritas tinggi.....	55
Tabel 4. 17 Penampilan Nicholas Saputra dalam iklan membuat lebih tertarik pada Kanzler.....	55
Tabel 4. 18 Nicholas Saputra sosok karismatik dan menarik.....	56
Tabel 4. 19 Tertarik pada kepribadian Nicholas Saputra dalam iklan Kanzler.....	56
Tabel 4. 20 Kepribadian Nicholas Saputra cocok dengan citra Kanzler.....	57
Tabel 4. 21 Merasa memiliki kesamaan dengan Nicholas Saputra secara ideal.....	57
Tabel 4. 22 Gaya hidup Nicholas Saputra membuat ingin mencoba Kanzler.....	58
Tabel 4. 23 Lebih cenderung membeli Kanzler karena dipromosikan oleh Nicholas Saputra.....	58
Tabel 4. 24 Penasaran dan ingin mencoba Kanzler setelah melihat iklannya.....	59
Tabel 4. 25 Iklan dengan Nicholas Saputra memotivasi mencoba Kanzler. ..	59
Tabel 4. 26 Lebih yakin membeli produk yang dipromosikan oleh Nicholas Saputra.....	60
Tabel 4. 27 Tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Kanzler setelah melihat iklan.....	60
Tabel 4. 28 Mengikuti berita dan update tentang Nicholas Saputra di media sosial.....	61
Tabel 4. 29 Persebaran Pendapat Responden Terkait Nicholas Saputra Sebagai Brand Ambassador Kanzler (X).....	61
Tabel 4. 30 Hasil Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Brand Ambassador (X).....	62
Tabel 4. 31 Hasil Uji Validitas Pernyataan Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Kanzler (X) (Populasi n = 71) .....	64
Tabel 4. 32 Hasil Uji Reabilitas Pertanyaan Nicholas Saputra sebagai Brand Ambassador Kanzler (X) (Populasi n = 71) .....	65
Tabel 4. 33 Pernah membeli Kanzler setelah melihat promosi dari Nicholas	

<b>Saputra.....</b>	66
Tabel 4. 34 <b>Berniat membeli kembali Kanzler di masa mendatang.....</b>	66
Tabel 4. 35 <b>Iklan dengan Nicholas Saputra membuat lebih percaya pada kualitas Kanzler.....</b>	67
Tabel 4. 36 <b>Merasa harga Kanzler sepadan dengan kualitasnya.....</b>	67
Tabel 4. 37 <b>Puas dengan Kanzler setelah mencobanya.....</b>	68
Tabel 4. 38 <b>Sering merekomendasikan Kanzler kepada teman dan keluarga.....</b>	68
Tabel 4. 39 <b>Mencari referensi dan ulasan tentang Kanzler sebelum membeli.....</b>	69
Tabel 4. 40 <b>Lebih mengingat Kanzler karena adanya Nicholas Saputra dalam iklan.....</b>	69
Tabel 4. 41 <b>Minat terhadap Kanzler muncul setelah melihat iklan Nicholas Saputra.....</b>	70
Tabel 4. 42 <b>Pengalaman positif dengan Kanzler membuat ingin membelinya lagi.....</b>	70
Tabel 4. 43 <b>Tertarik mencari informasi lebih lanjut tentang Kanzler setelah melihat iklan.....</b>	71
Tabel 4. 44 <b>Sering membandingkan Kanzler dengan produk sejenis lainnya sebelum membeli.....</b>	71
Tabel 4. 45 <b>Iklan dengan Nicholas Saputra mempengaruhi pandangan terhadap brand Kanzler.....</b>	72
Tabel 4. 46 <b>Lebih cenderung memilih Kanzler dibandingkan merek lain.....</b>	72
Tabel 4. 47 <b>Akan merekomendasikan Kanzler kepada teman dan keluarga.....</b>	73
Tabel 4. 48 <b>Cenderung membeli kembali Kanzler daripada merek lain.....</b>	73
Tabel 4. 49 <b>Tetap memilih Kanzler meskipun ada merek lain yang lebih murah.....</b>	74
Tabel 4. 50 <b>Lebih percaya pada kualitas Kanzler dibandingkan merek lain.....</b>	74
Tabel 4. 51 <b>Selalu mencari informasi terbaru tentang Kanzler.....</b>	75
Tabel 4. 52 <b>Tertarik membaca ulasan dan artikel terkait Kanzler.....</b>	75
Tabel 4. 53 <b>Mencari ulasan pengguna lain tentang Kanzler setelah melihat</b>	

<b>iklan.</b> .....	76
Tabel 4. 54 <b>Informasi yang diberikan oleh Nicholas Saputra dalam iklan sangat membantu.</b> .....	76
Tabel 4. 55 <b>Ingin memahami lebih dalam aspek positif dari Kanzler.</b> .....	77
Tabel 4. 56 <b>Menggunakan berbagai sumber untuk mendapatkan informasi lengkap tentang Kanzler Crispy Chicken Nugget.</b> .....	77
Tabel 4. 57 <b>Persebaran Minat Beli Responden Terkait Produk Kanzler (Y)</b> .....	78
Tabel 4. 58 <b>Hasil Rata-Rata Jawaban Responden Pada Variabel Minat Beli (Y).</b>	78
Tabel 4. 59 <b>Hasil Uji Validitas Pertanyaan Minat Beli Produk Kanzler (Y) (Populasi n =71)</b> .....	81
Tabel 4. 60 <b>Hasil Uji Reabilitas Pertanyaan Minat Beli Produk Kanzler (Y) (Populasi n =71)</b> .....	81
Tabel 4. 61 <b>Model Summary Regresi Linear Sederhana</b> .....	82
Tabel 4. 62 <b>ANOVA Regresi Linear Sederhana</b> .....	82
Tabel 4. 63 <b>Koefisien Regresi Linear Sederhana</b> .....	83