

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Merek Tropicana Slim.....	1
Gambar 1.2 Pengguna Internet dan Media Sosial di Indonesia.....	4
Gambar 1.3 Platform Media Sosial Paling Aktif.....	5
Gambar 1.4 Brand Ambassador dalam Webseries SORE	8
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	39
Gambar 3.1 Posisi Keputusan EPIC Model.....	54
Gambar 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Gambar 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	62
Gambar 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	63
Gambar 4.4 Identitas Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan ke Youtube ..	64
Gambar 4.5 Identitas Responden Berdasarkan <i>Screening Question</i>	65
Gambar 4.6 Garis Kontinum Dimensi <i>Emphaty</i> (X_1)	67
Gambar 4.7 Garis Kontinum Dimensi <i>Persuation</i> (X_2).....	70
Gambar 4.8 Garis Kontinum Dimensi <i>Impact</i> (X_3)	72
Gambar 4.9 Garis Kontinum Dimensi <i>Communication</i> (X_1)	74
Gambar 4.10 Garis Kontinum Dimensi Efektivitas Iklan dengan EPIC Model (X) ..	75
Gambar 4.11 Garis Kontinum Dimensi Merek Diingat	77
Gambar 4.12 Garis Kontinum Dimensi Merek Disukai	78
Gambar 4.13 Garis Kontinum Dimensi Merek Dipilih	79
Gambar 4.14 Garis Kontinum Dimensi Sikap Pada Merek (Y)	80
Gambar 4.15 Uji Normalitas	81
Gambar 4.16 Uji Heteroskedastisitas	84
Gambar 4.17 Daerah Penolakan H_0 Pada Pengujian Secara Simultan	87