

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Brand Lokal Skincare</i> Indonesia .....	5
Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian .....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	27
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	31
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran .....	33
Tabel 3. 3 Kategori Penilaian .....	39
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai r square .....	43
Tabel 4. 1 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Influencer (X)</i> .....	50
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Visibility</i> .....	51
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Credibility</i> .....	52
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Attraction</i> .....	54
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Power</i> .....	55
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Influencer (X)</i> .....	56
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Favouritability of Brand Association</i> .....	57
Tabel 4. 8 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Strength of Brand Association</i> .....	59
Tabel 4. 9 Tanggapan Responden Mengenai Indikator <i>Uniqueness of Brand Association</i> .....	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas.....	62
Tabel 4. 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4. 12 Hasil Korelasi Pearson .....	63
Tabel 4. 13 Hasil Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Linear Sederhana .....	64
Tabel 4. 15 Hasil Uji T .....	65