

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Tabel Daftar Beauty <i>E-Commerce</i> di Indonesia	10
Tabel 1. 2 Hasil Pra Kuisioner Pengaruh Strategi <i>Omnichannel</i> pada Sociolla	17
Tabel 1. 3 Media Sosial yang digunakan oleh Sociolla	18
Tabel 1.4 Kolaborasi <i>Influencer</i> untuk memperkenalkan Sociolla Store yang berkonsep <i>Omni-channel</i>	22
Tabel 2. 1 Jurnal Nasional.....	55
Tabel 2. 2 Jurnal Internasional	59
Tabel 2. 3 Skripsi	63
tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel.....	74
tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert	77
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas <i>Influencer Marketing</i>	82
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Strategi <i>Omnichannel</i>	83
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas <i>Purchase Intention</i> (Minat Beli)	83
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas	84
Tabel 3. 7 Kriteria Interpretasi Skor	86
Tabel 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X1)....	99
Tabel 4. 2 Tanggapan Responden Mengenai Variabel Strategi <i>Omnichannel</i> (X2)	111
Tabel 4. 3 Tanggapan Responden Mengenai Variabel <i>Purchase Intention</i> (Y)	117
Tabel 4. 4 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	125
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	127
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	128
Tabel 4. 7 Hasil Uji Parsial (Uji T)	130
Tabel 4. 8 Hasil Uji F.....	131
Tabel 4. 9 Hasil Koefisien Determinasi	132