

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo Erigo.....	2
Gambar 1. 2 Salah Satu Produk Kategori <i>T-Shirt</i>	5
Gambar 1. 3 Salah Satu Produk Kategori <i>Outer</i>	5
Gambar 1. 4 Salah Satu Produk Kategori <i>Pants</i>	6
Gambar 1. 5 Salah Satu Produk Kategori <i>Shirt</i>	7
Gambar 1. 6 Salah Satu Produk Kategori <i>Accessories</i>	7
Gambar 1. 7 <i>We Are Social Survei</i>	8
Gambar 1. 8 <i>Market Share Erigo</i>	10
Gambar 1. 9 <i>Social Trust & Consumer Action</i>	11
Gambar 1. 10 <i>Influencer Run Away</i>	12
Gambar 1. 11 Indeks Literasi <i>Digital 2022</i>	13
Gambar 2. 1 Tingkat Kesadaran Merek	35
Gambar 2. 2 Model Proses Pengambilan Keputusan	42
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	65
Gambar 3. 1 Proses Penelitian Kuantitatif	73
Gambar 3. 2 Reliabilitas <i>Social Media Influencer</i>	82
Gambar 3. 3 Reliabilitas <i>Brand Awareness</i>	82
Gambar 3. 4 Reliabilitas Keputusan Pembelian.....	82
Gambar 3. 5 Garis Kontinum.....	84
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	91
Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	92
Gambar 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	93
Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	94
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Variabel <i>Social Media Influencer</i>	98
Gambar 4. 6 Garis Kontinum Variabel <i>Brand Awareness</i>	101
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian	104
Gambar 4. 8 Output Uji Normalitas Grafik	105
Gambar 4. 9 <i>Output Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov Test</i>	106
Gambar 4. 10 <i>Output Uji Multikolinieritas</i>	106
Gambar 4. 11 <i>Output Uji Heteroskedastisitas Dengan Glejser</i>	107
Gambar 4. 12 <i>Output Uji Heteroskedastisitas Dengan Scatterplot</i>	107

Gambar 4. 13 <i>Output</i> Uji Autokorelasi	108
Gambar 4. 14 <i>Output</i> Uji Regresi Linier Berganda	109
Gambar 4. 15 <i>Output</i> Uji Simultan (Uji F)	111
Gambar 4. 16 <i>Output</i> Koefisien Determinasi.....	111