

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Merek Parfum Lokal .....	6
Tabel 3.1 Operasional Variabel .....	27
Tabel 3.2 Pengukuran Skala Likert .....	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas X1 (User Generated Content) .....	37
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas X2 (Influencer Marketing) .....	38
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Y (Brand Awareness).....	39
Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X1 .....	40
Tabel 3.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X2 .....	40
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	40
Tabel 3.9 Interval Presentase Skor.....	41
Tabel 3.10 Koefisien Korelasi .....	44
Tabel 4.1 Rincian Penyebaran Kuesioner .....	48
Tabel 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Percaya Pada Ulasan Yang Dibuat Oleh Konsumen .....	54
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Mempercayai Ulasan Pelanggan Yang Sudah Membeli .....	55
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Ulasan Yang Dibuat Oleh Pelanggan Lebih Berkesan Berdasarkan Pengalamannya .....	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Konten Yang Dibuat Pelanggan Dapat Memperluas Wawasan .....	58
Tabel 4.6 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel User Generated Content .....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Trustworthiness .....	62
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Familiarity .....	64
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Expertise .....	65
Tabel 4.10 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Influencer Marketing .....	67
Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Recall .....	68
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Recognition .....	70

Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Purchase .....	71
Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Dimensi Consumption .....	73
Tabel 4.15 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Variabel Brand	
Awareness .....	74
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas .....	76
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Korelasi .....	78
Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi linier Berganda .....	79
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial (UGC) .....	80
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial (Influencer Marketing) .....	81
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan .....	82
Tabel 4.22 Hasil Uji T .....	84
Tabel 4.23 Hasil Uji F .....	86

