

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Jurnal Internasional .....	28
Tabel 2. 2 Jurnal Nasional.....	31
Tabel 3. 1 Variabel Operasional X.....	38
Tabel 3. 2 Variabel Operasional Y.....	43
Tabel 3. 3 Pengukuran Skala.....	46
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X1 (Celebrity Endorser) .....	50
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel X2 (Brand Awareness) .....	50
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	51
Tabel 3. 7 Hasil Uji Realibilitas Variabel X1 (Celebrity Endorser) .....	52
Tabel 3. 8 Hasil Uji Realibilitas Variabel X2 (Brand Awareness) .....	52
Tabel 3. 9 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	53
Tabel 4. 1 Analisis Deskriptif Dimensi Visibilitas .....	62
Tabel 4. 2 Analisis Deskriptif Dimensi Kredibilitas .....	63
Tabel 4. 3 Analisis Deskriptif Dimensi Attraction.....	65
Tabel 4. 4 Analisis Deskriptif Dimensi Power.....	67
Tabel 4. 5 Rekapitulasi Variabel Celebrity Endorser .....	68
Tabel 4. 6 Analisis Deskriptif Dimensi Top of Mind .....	69
Tabel 4. 7 Analisis Deskriptif Dimensi Brand Recall.....	69
Tabel 4. 8 Analisis Dekriptif Dimensi Brand Recognition .....	70
Tabel 4. 9 Analisis Deskriptif Dimensi Unaware of Brand .....	71
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Variabel Brand Awareness .....	72
Tabel 4. 11 Analisis Deskriptif Dimensi Pilihan Produk.....	73
Tabel 4. 12 Analisis Deskriptif Dimensi Pilihan Merk.....	73
Tabel 4. 13 Analisis Deskriptif Dimensi Pilihan Penyalur .....	74
Tabel 4. 14 Analisis Deskriptif Dimensi Waktu Pembelian .....	75
Tabel 4. 15 Analisis Deskriptif Dimensi Metode Pembayaran.....	76
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Variabel Keputuasn Pembelian.....	77
Tabel 4. 17 Tabel Kolmogrov-Smirnov .....	79
Tabel 4. 18 Tabel Hasil Uji Multikolinearitas .....	81
Tabel 4. 19 Tabel Uji Glesjer .....	82

Tabel 4. 20 Tabel Hasil Analisis Regresi Berganda .....	83
Tabel 4. 21 Tabel Hasil Uji T.....	84
Tabel 4. 22 Tabel Hasil Uji F.....	85
Tabel 4. 23 Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	86