

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Brand Ambassador</i> Ortuseight	20
Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian	26
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	29
Tabel 3.2 Skala Pengukuran	35
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Ambassador</i>	38
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Awareness</i>	39
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Loyalty</i>	40
Tabel 3.6 Hasil Uji Realibilitas	41
Tabel 4.1 Kriteria Tingkat Kekuatan Korelasi	49
Tabel 4.2 Hasil Korelasi	49
Tabel 4.3 Uji Kolmogorov-Smirnov	51
Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness.....	54
Tabel 4.5 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Sederhana Variabel Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty	54
Tabel 4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness	56
Tabel 4.8 Hasil Uji (T) Hipotesis Brand Ambassador Terhadap Brand Awareness...57	
Tabel 4.9 Hasil Uji (T) Hipotesis Brand Ambassador Terhadap Brand Loyalty.....58	
Tabel 4.10 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Visibility.....60	
Tabel 4.11 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Credibility.....61	
Tabel 4.12 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Attraction.....62	

Tabel 4.13 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Power	63
Tsbel 4.14 Total Keseluruhan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand	
Ambassador	64
Tabel 4.15 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Recall	66
Tabel 4.16 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Recognition	67
Tabel 4.17 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Purchase	68
Tabel 4.18 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Consumption	69
Tabel 4.19 Total Keseluruhan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand	
Awareness	69
Tabel 4.20 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Behaviour Measures.....	70
Tabel 4.21 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Measuring Switch Cost	71
Tabel 4.22 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Measuring Satisfaction.....	72
Tabel 4.23 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Measuring Liking Brand	73
Tabel 4.24 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Dimensi Measuring Commitment	73
Tabel 4.25 Total Keseluruhan Tanggapan Responden Terhadap Variabel Brand	
Loyalty	74