

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Definisi Konseptual Variabel Penempatan Produk	15
Tabel 2.2 Definisi Konseptual Variabel <i>Virtual Influencer</i>	16
Tabel 2.3 Definisi Konseptual Variabel Ingatan Merek	18
Tabel 2.4 Definisi Konseptual Variabel <i>Brand Salience</i>	19
Tabel 2.5 Tabel Kajian Literatur	22
Tabel 3.1 Desain Eksperimen	34
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Ingatan Merek	45
Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel <i>Brand Salience</i>	45
Tabel 4.1 Tanggapan Partisipan Terhadap Ingatan Merek di Jawa Barat	57
Tabel 4.2 Tanggapan Partisipan Terhadap Ingatan Merek di Yogyakarta	58
Tabel 4.3 Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Brand Salience</i> di Jawa Barat.....	59
Tabel 4.4 Tanggapan Partisipan Terhadap <i>Brand Salience</i> di Yogyakarta	59
Tabel 4.5 Hasil Analisis Cohen's D di Jawa Barat	60
Tabel 4.6 Hasil Analisis Cohen's D di Yogyakarta	61
Tabel 4.7 Hasil Analisis Cohen's D di Jawa Barat	61
Tabel 4.8 Hasil Analisis Cohen's D di Yogyakarta.....	62
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Hipotesis 1	62
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Hipotesis 1a	63
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Hipotesis 1b	65
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Hipotesis 2	66
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Hipotesis 2a	67
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Hipotesis 2b	68
Tabel 4.15 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis	69