



DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Kajian Penelitian Terdahulu.....	6
F. Definisi Operasional.....	9
G. Kerangka Teori dan Hipotesis.....	12
H. Metode Penelitian	14
I. Sistematika Pembahasan.....	26
BAB II : KAJIAN TEORITIS.....	28
A. Kajian Pustaka.....	28
1. Pemasaran	28
2. Periklanan	29
a) Pengertian periklanan	29
b) Fungsi dan tujuan iklan	31
c) Jenis iklan	34
d) Bentuk dalam periklanan	35
e) Media iklan televisi	36
f) Televisi sebagai media periklanan	37
3. Merek	38
a) Pengertian merek	38
b) Ekuitas merek	40
c) Asosiasi merek	41
d) Kepribadian merek	42
4. Selebriti	43



a) Pengertian Selebriti	43
b) Penggunaan Selebriti Sebagai <i>Brand Ambassador</i>	44
5. Minat beli	45
a) Pengertian minat beli	45
b) Proses keputusan pembelian	45
6. Remaja	47
a) Pengertian remaja	47
b) Rentang Usia Remaja	48
c) Perkembangan Remaja	48
d) Perkembangan wajah	48
e) Perkembangan efek wajah	48
B. Kajian Teori.....	49
BAB III : PENYAJIAN DATA.....	51
A. Gambaran singkat PT. Loreal Indonesia	51
1. Sejarah PT. Loreal	51
2. Produk garnier men	54
3. Pasha ungu sebagai <i>brand ambassador</i> produk garnier men.....	56
B. Gambaran umum lokasi penelitian	58
1. Gambaran secara geografis	59
C. Deskripsi Data Penelitian	61
BAB IV : ANALISIS DATA	78
A. Pengujian hipotesis.....	78
B. Pembahasan hasil penelitian.....	86
BAB IV : PENUTUP	92
A. Simpulan.....	92
B. Rekomendasi.....	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Koefisien korelasi	27
Tabel 3.2 Jumlah penduduk	60
Tabel 3.3 Data pendidikan	60
Tabel 3.4 Jumlah penduduk menurut usia	60
Tabel 3.5 Identitas responden berdasarkan usia	63
Tabel 3.6 Identitas responden berdasarkan jenis pekerjaan	64
Tabel 3.7 Daftar nama responden	64
Tabel 3.8 Alternatif jawaban variabel X	66
Tabel 3.9 Alternatif jawaban variabel Y	67
Tabel 3.10 Indeks korelasi	68
Tabel 3.11.1 Item total variabel X	70
Tabel 3.11.2 Item total variabel Y	71
Tabel 3.11.3 Reliability statistic	73
Tabel 3.11.4 Case processing summary	75
Tabel 3.11.5 Test of Normality	75
Tabel 4.3 Descriptive statistic analisis regresi	79
Tabel 4.4 Correlations statistics analisis regresi	80
Tabel 4.5 Anova	83
Tabel 4.6 Coefficients	84
Tabel 4.7 Variables entered	86



DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR

Bagan 3.5.1 Struktur Organisasi kec. Wonocolo	59
Gambar 3.2 Produk Garnier Men	56
Gambar 3.3 Pasha Ungu sebagai Brand ambassador Garnier Men	58