

DAFTAR ISI

Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi.....	iv
Daftar Tabel	v
Daftar Gambar.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Promosi	12
2.1.2 Karakteristik <i>celebrity endorser</i>	15
2.1.3 Minat Beli	18
2.1.4 Hubungan <i>celebrity endorser</i> terhadap minat beli	21
2.2 Operasional Variabel	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30
2.4 Hipotesis.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32

3.1	Desain Penelitian.....	33
3.2	Bahan Penelitian dan Unit Analisis	33
3.3	Sumber data.....	34
	3.3.1 Populasi.....	34
	3.3.2 Sampel	34
3.4	Teknik Pengumpulan Data	35
BAB IV HASIL PENELITIAN		46
4.1	Gambaran Umum Perusahaan.....	46
	4.1.1 Sekilas Tentang PT Kino.....	46
	4.1.2 Ovale.....	49
	4.1.3 Ovale Micellar Water	51
	4.1.4 <i>Celebrity Endorser</i>	53
4.2	Hasil Penelitian	55
	4.2.1 Identitas Responden.....	55
	4.2.2 Karakteristik <i>Celebrity Endorser</i> Produk Ovale Micellar Water	5
	8	
	4.2.3 Minat Beli Followers Instagram @OvaleBeautyid ...	72
	4.2.4 Hubungan Karakteristik <i>Celebrity Endorser</i> dengan Minat Beli Followers	7
	8	
4.3	Pembahasan.....	80
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran.....	87

Daftar Pustaka 90

Daftar Riwayat Hidup

Lampiran

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

Universitas
ggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U

Universitas
ggul

Universitas
Esa Unggul

Universitas
Esa U