

## DAFTAR TABEL

- Tabel 2.1 Operasional Variabel X – Ketertarikan
- Tabel 2.2 Operasional Variabel Y =Keyakinan
- Tabel 3.1 Populasi Siswi SMA Negeri 2 Krakatau Steel Cilegon
- Tabel 3.2 Sampel sebesar 25% dari populasi
- Tabel 3.4 Pengujian hasil gabungan Test Retest 1 dan 2
- Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
- Tabel 4.2 Klasifikasi Resonden menurut pernah melihat Iklan Citra Hand & Body Lotion versi Nikita Willy
- Tabel 4.3 Klasifikasi Resonden menurut tingkat ketertarikan tertarik dengan endoser dalam iklan
- Tabel 4.4 Klasifikasi Resonden menurut tingkat ketertarikan tertarik dengan alur cerita dalam setiap iklan
- Tabel 4.5 Klasifikasi Resonden menurut tingkat ketertarikan tertarik dengan dialog dalam setiap *scene*
- Tabel 4.6 Klasifikasi Resonden menurut tingkat ketertarikan tertarik dengan *tagline dalam iklan.*
- Tabel 4.7 Klasifikasi Resonden menurut tingkat ketertarikan tertarik dengan *visualisasi* gambar kemasan
- Tabel 4.8 Klasifikasi Resonden menurut tingkat ketertarikan tertarik dengan elemen warna dalam iklan

- Tabel 4.9 Klasifikasi Resonden menurut tingkat ketertarikan tertarik dengan bentuk penyajian (*layout*) dalam iklan.
- Tabel 4.10 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan tingkat dengan gambar (*ilustrasi*) dalam iklan
- Tabel 4.11 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan berminat dengan menggunakan Citra Hand & Body Lotion
- Tabel 4.12 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan yakin dengan keunggulan produk Citra Hand & Body Lotion
- Tabel 4.13 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan Yakin dengan kualitas
- Tabel 4.14 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan yakin tentang manfaat produk untuk memenuhi dalam berkomunikasi
- Tabel 4.15 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan yakin untuk tidak berpindah merek meskipun ada merek lain yang menawarkan harga murah
- Tabel 4.16 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan yakin tentang promo berupa hadiah atau intensif yang ditawarkan
- Tabel 4.17 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan Berminat yakin untuk membeli Citra Hand & Body Lotion di bandingkan dengan produk lainnya
- Tabel 4.18 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan membandingkan Citra Hand & Body Lotion dengan merek lainnya
- Tabel 4.19 Klasifikasi Resonden menurut tingkat ketertarikan Iklan Televisi Citra Hand & Body Lotion secara keseluruhan
- Tabel 4.20 Klasifikasi Resonden menurut keyakinan Siswi SMA Negeri 2 Krakatau Steel Cilegon terhadap produk Citra Hand & Body Lotion secara keseluruhan