

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii-iii
DAFTAR ISI.....	iv-v
DAFTAR TABEL.....	vi-ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Praktis.....	5
1.4.2 Akademis.....	6
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Definisi Komunikasi	8
2.2. Definisi Periklanan	9
2.3. Jenis-jenis Iklan	10
2.4. Media Iklan	13
2.4.1 Iklan Televisi.....	14
2.4.2 Media Iklan Lini Bawah.....	16
2.5. AIDA.....	18
2.6. Peran Endorser.....	20
2.7. Kredibilitas Endorser.....	21
2.7.1 <i>Attractiveness</i> (daya pikat).....	22
2.7.2 <i>Trustworthiness</i> (dapat dipercaya).....	23
2.7.3 <i>Expertise</i> (Keahlian).....	24
2.8. Minat Beli.....	25
2.9. Oprasional Variabel.....	27
2.10. Hubungan Endorser Dengan Minat Beli.....	29
2.11. Kerangka Pemikiran.....	30
2.12. Hipotesis.....	31

BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1. Desain Penelitian	33
3.2. Metode Penelitian	33
3.3. Sumber Data	35
3.3.1 Populasi.....	35
3.3.2 Sampel.....	37
3.4. Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	42
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.6. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	43
3.6.1 Validitas.....	43
3.6.2 Reliabilitas.....	46
3.7. Teknik Analisis Data.....	50
 BAB IV HASIL PENELITIAN	 53
4.1. Subjek Penelitian	53
4.1.1 Sejarah PT Mandom Indonesia Tbk.....	53
4.1.2 Profil Perusahaan	55
4.1.3 Filosofi dan Misi Filosofi	56
4.2. Profil Endorser	56
4.3. Hasil Penelitian	57
4.3.1 Profil Responden	57
4.3.2 Hasil Analisis	60
4.3.3 Hubungan Kredibilitas Endorser dengan Minat Beli.....	87
 BAB V PENUTUP.....	 91
5.1. Kesimpulan	91
5.2. Saran	91

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1: Storyboard

Lampiran-2: Koesioner

Lampiran-3: Data tes-retest

Lampiran-3: Tabulasi

Lampiran-3: Data Populasi

Lampiran-3: Data Warga Rw 05 Kelurahan Benda Tangerang