

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Pembatasan Masalah.....	6
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Pembatasan Masalah.....	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
 BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Periklanan.....	10
2.1.1 Daya Tarik Iklan	11
2.1.1.1 Daya Tarik Rasional	12
2.1.1.2 Daya Tarik Emosional	14
2.1.1.3 Elemen Kreatifitas Iklan	17
2.2 <i>Celebrity Endorser</i>	19
2.2.1 Atribut <i>Celebrity Endorser</i>	22
2.3 Minat Beli.....	25
2.4 Hasil Penelitian Sebelumnya	29
2.5 Hubungan Antar Variabel	34
2.6 Hipotesis.....	36
2.7 Model Penelitian	38
 BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Riset	39
3.2 Jenis dan Sumber Data	39
3.2.1 Jenis Data	39
3.2.2 Sumber Data	40
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	41

3.3.1 Populasi	41
3.3.2 Sampel	41
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	43
3.4 Unit Analisis	44
3.5 Definisi Operasional Variabel	44
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.6.3 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	51
3.6.3.1 Diagram Jalur (<i>Path Diagram</i>)	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	55
4.1.1 Gambaran Umum Responden	55
4.1.2 Hasil Uji Validitas	59
4.1.3 Hasil Uji Reliabilitas	62
4.1.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	64
4.2 Pembahasan.....	74
4.3 Temuan Penelitian.....	77
4.4 Keterbatasan Penelitian.....	78
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	85