

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan P&G ( <i>Procter &amp; Gamble Company</i> ).....	1
1.2 Latarbelakang.....	2
1.3 Identifikasi Masalah.....	12
1.4 Tujuan Penelitian .....	12
1.5 Kegunaan Penelitian .....	13
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	13
1.5.2 Kegunaan Praktis .....	13
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Komunikasi .....	15
2.2 Komunikasi Pemasaran ( <i>Marketing Communication</i> ) .....	17
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	17

2.2.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu .....	18
2.3 Iklan .....	20
2.3.1 Pengertian Iklan.....	20
2.3.2 Tujuan Iklan.....	20
2.3.3 Fungsi Iklan.....	22
2.3.4 Daya Tarik Iklan.....	22
2.4 Daya Tarik Humor .....	24
2.5 Selebriti Endorser.....	27
2.5.1 Pengertian Selebriti Endorser .....	27
2.5.2 Jenis-jenis <i>Endorser</i> .....	27
2.5.3 Faktor-faktor pemilihan selebriti sebagai <i>endorser</i> .....	29
2.6 Perilaku Konsumen .....	31
2.6.1 Pengertian Sikap .....	31
2.6.2 Karakteristik Sikap Konsumen.....	31
2.6.3 Komponen Sikap.....	32
2.6.4 Sikap Pada Merek.....	33
2.7 Penelitian Terdahulu.....	35
2.7.1 Skripsi .....	35
2.7.2 Jurnal .....	39
2.8 Kerangka Pemikiran .....	49
2.9 Hipotesis Penelitian .....	50
2.10 Ruang Lingkup Penelitian.....	51
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>52</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	52
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	53

3.2.1 Variabel Operasional.....	53
3.2.2 Skala Pengukuran.....	54
3.3 Populasi dan Sampel .....	55
3.3.1 Populasi.....	55
3.3.2 Sampel.....	55
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	57
3.5.1 Uji Validitas.....	57
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	59
3.6 Teknik Analisis Data .....	61
3.6.1 Analisis Deskriptif .....	61
3.6.2 Uji Asumsi Klasik .....	61
3.6.3 Uji Regresi Linear Berganda .....	63
3.6.4 Uji Hipotesis .....	64
3.6.5 Uji Koefisien Korelasi Parsial.....	64
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi .....	65
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>67</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	67
4.1.1 Karakteristik Responden .....	67
4.2 Hasil Analisis Deskriptif .....	68
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kredibilitas Selebriti Endorser ( $X_1$ )..	69
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Daya Tarik Humor ( $X_2$ ).....	75
4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Sikap Khalayak pada Merek ( $X_1$ ).....	78
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	81
4.3.2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	83

4.3.3 Hasil Uji Hipotesis .....	85
4.3.4 Hasil Uji Koefisien Korelasi Parsial.....	90
4.3.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	91
4.4 Pembahasan Pengaruh Kredibilitas Selebriti Endorser (Joe Talim) Daya Tarik Humor terhadap terhadap Sikap Khalayak pada Merek Head & Shoulders .....	93
<b>BAB V KESIMPULAN .....</b>	<b>97</b>
5.1 Kesimpulan .....	97
5.2 Saran.....	98
5.2.1 Saran Teoritis.....	98
5.2.2 Saran Praktis.....	98
<b>DAFTAR PUSAKA.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>105</b>