

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. PT P&G Indonesia	2
1.3. Latar Belakang Penelitian	7
1.4. Rumusan Masalah	16
1.5. Tujuan Penelitian.....	16
1.6. Manfaat Penelitian.....	16
1.7. Sistematika Penulisan Skripsi	17
1.8. Waktu dan Periode Penelitian	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1 Landasan Teori.....	19
2.1.1 Pemasaran	19
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	19

2.1.3 Bauran Komunikasi Pemasaran	20
2.1.2 Iklan	21
2.1.3 Tujuan Iklan	23
2.1.4 <i>Endorsement</i>	24
2.1.5 <i>Endorser</i>	25
2.1.6 <i>Celebrity Endorser</i>	25
2.1.5 Minat Beli	26
2.2 Hubungan Iklan Terhadap Minat Beli	27
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.5 Kerangka Penelitian	39
2.6 Hipotesis Penelitian	42
2.7 Ruang Lingkup Penelitian.....	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	43
3.2. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	43
3.2.1 Operasional Variabel	43
3.2.2 Skala Pengukuran.....	50
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling.....	52
3.4.1 Populasi.....	52
3.4.2 Sampel.....	53
3.4.3 Teknik Sampling.....	53
3.4. Teknik Pengumpulan Data	54
3.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
3.5.1. Uji Validitas	55
3.5.2. Uji Reliabilitas	59

3.6.	Uji Asumsi Klasik	61
3.6.1.	Uji Normalitas.....	61
3.6.2.	Uji Multikolinearitas.....	62
3.6.3.	Uji Heterokedastisitas	62
3.7.	Teknik Analisis Data.....	62
3.7.1.	Analisis Deskriptif	62
3.7.2.	Analisis Regresi Linier	64
3.8.	Uji Hipotesis.....	65
3.8.1.	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	65
3.8.2.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	66
BAB IV	METODE PENELITIAN	68
4.1.	Karakteristik Responden	68
4.1.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu yang Digunakan dalam Menggunakan Aplikasi YouTube	71
4.2.	Uji Asumsi Klasik	72
4.2.1.	Uji Normalitas.....	72
4.2.2.	Uji Multikolinearitas.....	73
4.2.3.	Uji Heterokedastisitas	74
4.3.	Hasil Analisis Deskriptif	75
4.4.	Hasil Uji Regresi	89
4.4.1.	Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana	89
4.4.2.	Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	90

4.5.	Pengujian Hipotesis.....	90
4.6.	Pengaruh Iklan terhadap Minat Beli Produk <i>Conditioner</i> Pantene di Jakarta.....	90
4.7.	Perpengaruh Iklan terhadap minat beli produk <i>conditioner</i> pantene di Jakarta dengan <i>celebrity endorser</i> sebagai variabel moderator.	92
4.8.	Pembahasan Hasil Penelitian	94
4.8.1.	Analisis Deskriptif	94
4.8.2.	Pembahasan Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli	95
4.8.3.	Pembahasan Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Sebagai Variabel Moderator dalam Hubungan Iklan Terhadap Minat Beli	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		97
5.1.	Kesimpulan.....	97
5.2.	Saran.....	97
5.2.1.	Saran Bagi Perusahaan.....	97
5.2.2.	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....		99
LAMPIRAN.....		102