

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Tinjauan Pustaka	9
1.5.1 Kajian Teori	9
1.5.2 Kajian Empirik	24
1.6. Hubungan Antar Variabel.....	40
1.7. Kerangka Pemikiran.....	44
1.8. Hipotesis	45
1.9. Definisi Konsep dan Definisi Operasional	47

1.9.1. Definisi Konsep	47
1.9.2. Definisi Operasional	47
1.10. Metode Penelitian.....	51
1.10.1. Tipe Penelitian.....	51
1.10.2. Objek Penelitian	51
1.10.3. Lokasi Penelitian	52
1.10.4. Populasi, Sampe dan Teknik Sampel.....	52
1.10.5. Sumber Data.....	54
1.10.6. Metode Pengumpulan Data	55
1.10.7. Skala Pengukuran	55
1.10.8. Uji Validitas dan Realibilitas	55
1.10.9. Teknik Analisis Data	56
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	62
2.1. Profil Pantene.....	62
2.2. Visi Misi Pantene	62
2.3. Daftar Produk Pantene	63
2.4. Logo Pantene	63
2.5. Gambaran <i>Celebrity Endorsement</i> pada Pantene <i>Miracle Supplement</i>	63
2.6. Gambaran Citra merek pada Pantene <i>Miracle Supplement</i>	64
2.7. Gambaran Keputusan Pembelian pada Pantene <i>Miracle Supplement</i>	66
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	68
3.1. Uji Instrumen.....	68
3.2. Analisis Deskriptif	71

3.3. Analisis Statistik	89
3.4. Pembahasan	100
BAB IV PENUTUP	105
4.1. Kesimpulan	105
4.2. Saran.....	105
DAFTAR PUSTAKA	108
LAMPIRAN	112