

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	10
1. Bagi Praktisi	10
2. Bagi Teoritis	10
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
A. Minat Membeli <i>Hand &Body Lotion</i> Citra pada Remaja Putri	11
1. Pengertian Minat Membeli <i>Hand &Body Lotion</i> Citra pada Remaja Putri	11
2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Membeli	19
3. Aspek-aspek Minat Membeli	25
B. Persepsi terhadap Model Iklan	27
1. Pengertian Persepsi terhadap Model Iklan	27

	2. Aspek-aspek Persepsi terhadap Model Iklan	29
	C. Hubungan Antara Persepsi terhadap Model Iklan <i>Hand & Body Lotion</i> dengan Minat Membeli pada Remaja Putri ...	32
	D. Hipotesis	34
BAB III	METODE PENELITIAN.....	35
	A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	35
	B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	35
	1. Minat membeli	35
	2. Persepsi terhadap model iklan	36
	C. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	36
	1. Populasi.....	36
	2. Sampel	37
	3. Teknik Sampling	38
	D. Metode Pengumpulan Data.....	38
	1. Minat Membeli	39
	2. Skala Persepsi terhadap Model Iklan.....	40
	E. Validitas, Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur	42
	1. Validitas	42
	2. Uji Daya Beda Aitem.....	43
	3. Uji Reliabilitas	45
	F. Metode Analisis Data.....	47
BAB IV	PERSIAPAN PELAKSANAAN DAN HASIL PENELITIAN..	48
	A. Orientasi Kanchah dan Persiapan Penelitian	48
	1. Orientasi Kanchah Penelitian	48
	2. Persiapan Penelitian	49
	B. Pelaksanaan Penelitian	52
	1. Uji Daya Beda Aitem dan Estimasi Reliabilitas Alat Ukur	54
	C. Analisis Data dan Hasil Penelitian	56
	D. Pembahasan.....	62

BAB V	PENUTUP.....	67
	A. Kesimpulan	67
	B. Saran	67
	DAFTAR PUSTAKA	69
	LAMPIRAN	73