

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN	ii
ABSTRACT	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	15
1.5.1 Lokasi Penelitian	15
1.5.2 Waktu Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	16
2.1.1 Teori Periklanan	17
2.1.2 Intensitas Paparan Iklan.....	23
2.1.3 Relevansi Iklan.....	29
2.1.4 Iritasi Iklan.....	37
2.1.5 <i>Brand Attitude</i>	42
2.1.6 <i>Brand Awareness</i>	47
2.1.7 <i>Purchase intention</i>	52
2.1.8 Penelitian Terdahulu.....	60
2.2 Kerangka Pemikiran.....	68
2.3 Hipotesis.....	75
BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1 Objek Penelitian	77
3.1.1 Sejarah Singkat Makarizo.....	77
3.2 Metode Penelitian	78
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	78
3.2.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	70

3.2.3	Sumber Data.....	82
3.2.4	Teknik Pengumpulan Data.....	82
3.2.5	Model Penelitian.....	85
3.2.6	Teknik Analisis Data	86
	3.2.6.1 <i>Measurement (Outer) Model</i>	87
	3.2.6.2 <i>Structural (Inner) Model</i>	89
	3.2.6.3 Pengujian Hipotesis	90
	3.2.6.4 Alasan Menggunakan <i>Partial Least Square (PLS)</i>	91

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Penelitian.....	92
4.1.1	Intensitas Paparan Iklan Makarizo <i>Hair Energy</i>	92
4.1.2	Relevansi Iklan pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	96
4.1.3	Iritasi Iklan pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	100
4.1.4	<i>Brand Awareness</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	103
4.1.5	<i>Brand Attitude</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	107
4.1.6	<i>Purchase Intention</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	110
4.1.7	Analisis Data	113
4.2	Pembahasan	128
4.2.1	Intensitas Paparan Iklan, Relevansi Iklan, Iritasi Iklan, <i>Brand Awareness</i> , <i>Brand Attitude</i> dan <i>Purchase Intention</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	128
4.2.2	Pengaruh Intensitas Paparan Iklan, Relevansi Iklan, dan Iritasi Iklan, Terhadap <i>Brand Awareness</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	140
4.2.3	Pengaruh Intensitas Paparan Iklan, Relevansi Iklan, Iritasi Iklan, dan <i>Brand Awareness</i> terhadap <i>Brand Attitude</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	145
4.2.4	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> dan <i>Brand Attitude</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	150
4.2.5	<i>Brand Awareness</i> memediasi Pengaruh Intensitas paparan iklan, relevansi iklan, dan iritasi iklan, terhadap <i>purchase intention</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	153
4.2.6	<i>Brand Attitude</i> memediasi Pengaruh Intensitas paparan iklan, relevansi iklan, dan iritasi iklan, terhadap <i>purchase intention</i> pada Makarizo <i>Hair Energy</i>	157

BAB IV SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan	162
5.2	Saran	164
DAFTAR PUSTAKA		166