

SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN *CELEBGRAM (CELEBRITY ENDORSER INSTAGRAM)* KEANU ANGELO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN RAMBUT MERK PANTENE

(Studi pada mahasiswa/i FISIP ULM Banjarmasin)

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis

Oleh:

NAMA: YUVITA SISKI

NIM: 1810412220020



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

BANJARMASIN

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH IKLAN DAN CELEBGRAM (*CELEBRITY ENDORSER INSTAGRAM*) KEANU ANGELO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERAWATAN RAMBUT MERK PANTENE

- A. Nama Mahasiswa : Yuvita Siska
NIM : 1810412220020
- B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- C. Tim penguji:
- a. Pembimbing
Drs. Rasyidi M.M : [.....]
NIP. 195808161990031002
- b. Penguji I
M. Hasanur Arifin, S.Sos. MM : [.....]
NIP. 197604142001121003
- c. Penguji II
Drs. Sugiharto, M.S : [.....]
NIP. 195906151087031000

Banjarmasin, 28 Agustus 2023

KPS Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing


Hj. Nurul Wahyuni, S. Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001


Drs. Rasyidi M.M
NIP. 195808161990031002

Mengetahui
Dekan FISIP ULM

Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 1973012219908021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 0812/UN8.1.13/KP.10.00/2022

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara :

1. Drs. Rasyidi, MM.
2. Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., MM.
3. Drs. Sugiharto, MS.

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung
Mangkurat Banjarmasin atas :

Nama : Yuvita Siska
NIM : 1810412220020
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) Keanu Angelo Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Rambut Merek Pantene (Studi pada Mahasiswa/i FISIP ULM Banjarmasin).

Yang akan dilaksanakan pada :

Hari dan Tanggal : Selasa, 25 Oktober 2022
J a m : 11.30 WITA
T e m p a t : Ruang Semprom I

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 20 Oktober 2022

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Salah
Sertifikasi
Elektronik

Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah"
2. Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 25 bulan Oktober tahun Dua Ribu Dua Puluh Dua, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 0812/UN8.1.13/KP.10.00/2022 tanggal 20 Oktober 2022 untuk menguji skripsi :

Nama : Yuvita Siska
NIM : 1810412220020
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Iklan dan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) Keanu Angelo Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Rambut Merek Pantene (Studi pada Mahasiswa/i FISIP ULM Banjarmasin).
Tempat Ujian : Ruang Sempro I
Waktu Ujian : Mulai Jam 11.30 WITA s/d Selesai
Nilai : 81,33 (A)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 25 Oktober 2022

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Yuvita Siska

1. Ketua : Drs. Rasyidi, MM
()
2. Sekretaris : Muhammad Hasanur Arifin, S.Sos., MM.
()
3. Anggota : Drs. Sugiharto, MS.
()



Mengetahui/membenarkan :

an. Dekan
Wakil Dekan I,

Norm Oktavianor, M. Soc, Sc
NIDN 196710051997021001

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan ridho-Nya, serta sholawat dan salam kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh iklan dan celebgram (*Celebrity Endorser Instagram*) Keanu Angelo terhadap keputusan pembelian produk perawatan rambut merek Pantene studi pada mahasiswa/i FISIP ULM Banjarmasin” penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini terselesaikan berkat bantuan moril maupun materil dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan diri penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Bapak Prof. Achmad Alim Bachri, SE, MSi selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
2. Bapak Prof. Dr. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S. Sos, M.AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Drs.Rasyidi M.M, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dan bimbingan selama penyusunan skripsi
5. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, M.M selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan arahan, saran, dan pengorbanan waktu dan pikiran dalam penyusunan skripsi ini
6. Bapak Drs.Sugiharto M.S. selaku dosen penguji II skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Seluruh dosen pengajar dan staf tata usaha Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Unviesitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama perkuliahan kepada penulis.
8. Orang tua, keluarga, suami, anak mamah tersayang yang sejak dari

kandungan, saudara/i dan teman-teman seperjuangan atas doa serta kasih sayang yang telah tecurah selama ini.

9. Serta seluruh pihak yang turut membantu, mendoakan, dan selalu memberikan support hingga skripsi ini selesai.

Banjarmasin, 28 Agustus 2023

Penulis

Karya ini kupersembahkan kepada :

1. Cinta pertama saya ayah saya Anwar dan pintu surga saya Inida. Orangtua hebat yang selalu menjadi penyemangat serta sumber kekuatan saya dari kerasnya dunia. Yang tidak henti-henti-Nya selalu mendoakan, selalu mendukung saya baik secara moral maupun materil. Saya persembahkan skripsi ini untuk abah dan mama tercinta. Terima kasih karena sudah melahirkan, merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta kasih, selalu berjuang untuk kehidupan saya, selalu berkorban demi saya, hingga akhirnya saya tumbuh dewasa dan berada di posisi saat ini dan dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kakak saya Yuliani dan Yuda Maulana yang senantiasa menjaga dan melindungi saya sedari kecil, sosok Kakak yang selalu ada dalam situasi apapun serta selalu memberikan semangat dan dukungan kepada saya. Serta Adik saya Yoza Maulana yang kerap memberikan semangat untuk melanjutkan skripsi ini.
3. Suami saya Muhammad Rifki Fadhillah yang selalu menemani saya, memberi dukungan serta memberi semangat untuk pantang menyerah. Terima kasih sudah mendengarkan segala keluhan saya, selalu ada untuk saya dan sudah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, baik tenaga, waktu, maupun materi serta selalu menghibur saya dikala saya hampir menyerah. Semoga apa yang kita cita citakan segera tercapai dan bisa menjadi anak yang sukses serta menjadi kebanggaan orangtua.
4. Anak saya tersayang Muhammad Daffa Abqary, sejak dalam kandungan ikut melakukan penelitian, sidang skripsi serta pusingnya revisi. Semoga kelak anak mamah menjadi anak yang berbakti dan taat kepada mamah dan papah.
5. Teman-teman seperjuangan Administrasi Bisnis 2018. Terutama Lola, Adinda, Rezka, Nadul, Gina, Inayah, Ika yang selalu membantu saya, selalu menjadi *support system* terbaik bagi saya, yang selalu ada dikala suka maupun duka dan yang selalu siap kapanpun dan dimanapun untuk saya. Semoga apa yang kita impikan dapat terwujud dan kita semua bisa menjadi wanita yang mandiri dan sukses.
6. Terakhir, saya ucapkan terimakasih untuk diri saya sendiri, karena sudah kuat untuk di titik ini dan tidak pernah menyerah dalam penyusunan skripsi ini.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di publikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya daan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 28 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,

Yuvita Siska

NIM: 1810412220020

ABSTRAK

Yuvita siska, 1810412220020, 2022, Pengaruh Iklan dan *celebgram (celebrity endorser instagram)* Keanu Angelo terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Rambut Merek Pantene studi Pada Mahasiswa/i FISIP ULM Banjarmasin. Dibawah bimbingan Rasyidi dan M. Hasanur Ariffin

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh Iklan (X1) dan *Celebgram (celebrity endorser instagram)* (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Perawatan Rambut Merek Pantene.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dengan tipe eksplanatori. Objek penelitian ini adalah produk Pantene. Sampel diambil sebanyak 82 responden dengan teknik sampel *purposive sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan Iklan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar 45,2%. *Celebgram (celebrity endorser instagram)* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian sebesar 18,8%. Iklan dan *Celebgram* memiliki proporsi pengaruh sebesar 64% terhadap keputusan pembelian. Keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini yakni sebesar 36%.

Kata Kunci: Iklan, *Celebgram (celebrity endorser instagram)*, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Yuvita Siska, 1810412220020, 2022, The Influence Of Advertisement and Celebgram (Celebrity endorser instagram) Keanu Angelo on Purchasing Decisionfor Hair Care Products from the Pantene brand, the study of students of FISIP ULM Banjarmasin. Under the guidance of Rasyidi and M. Hasanur Ariffin.

The study aims to examine and analyse the Influence of Advertisement(X1) and Celebgram (Celebrity endorser Instagram) (X2) on Purchasing Decision (Y) for hair care products from the Pantene Brand.

The research approach used is quantitative approach and eksplanatory type. The object of this study hair care products from Pantene Brand. Samples were selected are 82 respondents taken with purposive sampling technique. Data were collected using a questionnaire and analyzed by multiple regression.

The results showed that advertising had a partially significant effect on purchasing decisions by 45.2%. Celebgram (celebrity endorser Instagram) has a partially significant effect on purchasing decisions of 18.8%. Advertisements and Celebgram have an influence proportion of 64% on purchasing decisions. Purchase decisions are also influenced by other variables not examined in this study, namely 36%.

Keywords: Advertisement, Celebgram (Celebrity endorser instagram),Purchasing Decision

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
SURAT TUGAS	ii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Tinjauan Teori	14
2.1.1 Pemasaran	14
2.1.2 Komunikasi.....	15
2.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.4 Pemasaran di Media Sosial	19
2.1.5 Iklan	19
2.1.6 Celebgram (Celebrity Endorser Instagram).....	23

2.1.7 Keputusan Pembelian	29
2.1.8 Hubungan Iklan terhadap Keputusan Pembelian	32
2.1.9 Hubungan Celebrity Endorser Instagram terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.1.10 Hubungan Pengaruh Iklan dan Celebrity Endorser Instagram terhadap Keputusan Pembelian	34
2.2 Penelitian Terdahulu.....	35
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Pendekatan Penelitian	43
3.2 Tipe Penelitian	43
3.3 Objek dan Lokasi Penelitian	44
3.4 Populasi dan Sampel	44
3.1.1 Populasi.....	44
3.1.2 Sampel	45
3.5 Definisi Operasional Variabel	47
3.5.1.Variabel Independen Iklan (X1)	47
3.5.2.Variabel Independen Celebgram (X2).....	47
3.5.3.Variabel Dependen Keputusan Pembelian (Y).....	49
3.6 Jenis dan Sumber Data	50
3.7 Teknik Pengumpulan Data	51
3.8 Teknik Penentuan Skor.....	51
3.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	52
3.9.1 Uji Validitas.....	52
3.9.2 Uji Reliabilitas	53
3.10 Teknik Analisis Data	53
3.10.1 Analisis Statistik Deskriptif	53

3.10.2 Uji Asumsi Klasik.....	54
3.10.3 Uji Hipotesis	58
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	63
4.1 Profil Responden.....	63
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia Responden	64
4.1.3 Profil Responden Berdasarkan Prodi/Jurusan	65
4.2 Deskriptif Variabel.....	65
4.2.1 Deskriptif Variabel Iklan.....	66
4.2.2 Deskriptif Variabel Celebgram	74
4.2.3 Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian... ..	79
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	83
4.3.1 Hasil Uji Validitas... ..	83
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas... ..	84
4.4 Hasil Pengujian Hipotesis... ..	85
4.4.1 Hasil Uji Normalitas Data... ..	85
4.4.2 Hasil Uji Autokorelasi.....	87
4.4.3 Hasil Uji Multikolinieritas.	88
4.4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas.	89
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis	90
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda... ..	90
4.6 Pengujian Hipotesis.....	92
4.6.1 Uji Parsial (Uji T).....	92
4.6.2 Uji Simultan (Uji F)... ..	93
4.6.3 Koefisien Determinasi... ..	93
4.7 Sumbangan Efektif dan Sumbangan Relatif.	94
4.7.1 Sumbangan Efektif.....	94
4.7.2 Sumbangan Relatif	96

BAB V HASIL PENELITIAN.....	97
5.1 Pembahasan... ..	97
5.1.1 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian... ..	98
5.1.2 Pengaruh <i>Celebgram</i> Terhadap Keputusan Pembelian... ..	99
5.1.3 Pengaruh Iklan dan <i>Celebgram</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	99
5.2 Impilkasi Hipotesis Penelitian... ..	100
5.2.1 Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian... ..	100
5.2.2 Pengaruh <i>Celebgram</i> Terhadap Keputusan Pembelian... ..	100
5.2.3 Pengaruh Iklan dan <i>Celebgram</i> Terhadap Keputusan.....	101
5.3 Keterbatasan Penelitian	101
BAB IV PENUTUP... ..	103
6.1 Kesimpulan	103
6.2 Saran.....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN... ..	107

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Profil Data Responden Pra Survey	10
1.2 Hasil Pra-Survey Iklan terhadap keputusan pembelian produk Pantene pada Mahasiswa/i FISIP ULM Banjarmasin.....	10
1.3 Hasil Pra-Survey Celebgram Keanu Angelo terhadap keputusan pembelian produk Pantene pada Mahasiswa/i FISIP ULM Banjarmasin.....	11
2.1 Jenis Media Periklanan	21
2.2 Indikator Iklan.....	22
2.3 <i>Indikator Celebgram (celebrity endorser instagram)</i>	28
2.4 Penelitian Terdahulu	35
3.1 Data Mahasiswa/i Aktif FISIP ULM Banjarmasin Angkatan 2018 pada tahun 2022	45
3.2 Definisi Operasional Variabel Independen (Iklan)	47
3.3 <i>Definisi Operasional Variabel Independen (Celebgram)</i>	48
3.4 Definisi Operasional Variabel Dependen (Keputusan Pembelian).....	49
3.5 Penjabaran Skor Bobot	52
3.6 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	54
3.7 Interpretasi Koefisien Korelasi	60
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.3 Karakteristik Responden Prodi/Jurusan.....	65
4.4 Pesan yang disampaikan dalam iklan mendapat perhatian pemirsa	66
4.5 Frekuensi penayangan iklan sangat baik.....	66
4.6 Visualisasi iklan sesuai	67
4.7 Efektivitas media yang digunakan sesuai untuk menarik pemirsa	68
4.8 Persepsi konsumen menjadi baik mengenai produk setelah iklan ditampilkan	68
4.9 Pesan yang disampaikan jelas	69
4.10 Perolehan informasi dari iklan mampu menimbulkan keinginan pemirsa	70
4.11 Menimbulkan minat konsumen akan iklan	70
4.12 Menimbulkan kepercayaan akan produk karena setelah mendengar informasi tentang kualitas produk dari iklan	71
4.13 Keyakinan timbul untuk membeli produk setelah melihat iklan.....	72
4.14 Kecenderungan akan melakukan pembelian apabila ada kesesuaian antara informasi produk yang dijelaskan pada iklan.....	72
4.15 Kesesuaian produk berdasarkan iklan.....	73
4.16 Produk yang dipromosikan celebgram besar kemungkinan dilihat calon pembeli di media sosial instagram.....	74
4.17 Konten yang menarik membuat calon pembeli tertarik dengan produk yang	

dipromosikan	75
4.18 Calon pembeli tertarik membeli suatu produk karena kredibilitas celebgram terpercaya	75
4.19 Kredibilitas dan pengalaman celebgram dapat mengubah sikap, apa yang dipercaya dan perilaku seseorang.....	76
4.20 Kesukaan kepada endorser membantu sebagai pemacu positif yang menyokong pada motivasi gambar yang positif.....	77
4.21 Perasaan ingin sama dengan idola atau celebgram terkait dengan produk apa yang dipakai.....	77
4.22 Kharisma yang dimiliki celebgram mampu mengubah pemikiran, sikap dan perilaku seseorang.....	78
4.23 Jumlah pengikut yang banyak mampu menemukan calon pembeli.....	79
4.24 Keputusan konsumen untuk membeli produk Pantene setelah mempertimbangkan berbagai informasi yang diperolehnya.....	79
4.25 Konsumen dalam membeli produk Pantene akan merasakan manfaat produk yang dibelinya.....	80
4.26 Konsumen merasa puas setelah membeli produk Pantene	81
4.27 Memberikan informasi yang positif kepada orang lain untuk membeli produk Pantene	81
4.28 Konsumen melakukan pembelian ulang produk Pantene	82
4.29 Hasil Uji Validitas.....	83
4.30 Hasil Uji Reabilitas	84
4.31 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov (K-S).....	87
4.32 Hasil Uji Autokorelasi	88
4.33 Hasil Uji Multikolinieritas	89
4.34 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	90
4.35 Hasil Uji T (Uji Parsial)	92
4.36 Hasil Uji F (Uji Simultan)	93
4.37 Hasil Koefisien Determinasi.....	94
4.38 Tabel Corellations	95
4.39 Hasil Perhitungan Sumbangan Efektif (SE)	95
4.40 Hasil Perhitungan Sumbangan Relatif (SR)	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Data dasar pendukung keinginan untuk merawat kecantikan diri	4
1.2 Akun Instagram Keanu dan Reaksi followers Keanu	6
1.3 Iklan Pantene yang dibintangi oleh Keanu	7
1.4 Top Brand Index 2018	8
1.5 Top Brand Index 2019	8
1.6 Top Brand Index 2020	9
2.1 Model Proses Keputusan Pembelian.....	30
4.1 Histogram Uji Normalitas Data Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS Versi 26	85
4.2 <i>Normal Probability Plot</i>	86
4.3 <i>Hasil Scatterplot</i>	90
5.1 Hasil Model Penelitian.....	98