

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACK	iv
HALAMAN PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Pembatasan Masalah.....	8
1.4. Perumusan Masalah	8
1.5. Tujuan Penelitian.....	8
1.6. Kegunaan Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1. Landasan Teori	10
2.1.1. Hakikat Informasi Iklan Kosmetik	10
2.1.1.1. Informasi	10
2.1.1.2. Iklan	11
2.1.1.3. Media Iklan.....	13
2.1.2 Hakikat Sikap Pembelian.....	19
2.1.2.1. Sikap Pembelian.....	19
2.1.2.2. Keputusan Pembelian.....	25
2.1.3. Kosmetik.....	27
2.1.4. Siswa SMK.....	29
2.2. Penelitian yang Relevan.....	31
2.3. Kerangka Berfikir.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	35
3.1. Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.2. Deskripsi Setting Penelitian	35
3.3. Metode Penelitian.....	35
3.4. Fokus dan Sub Fokus Penelitian	36
3.5. Instrumen Penelitian.....	36
3.6. Pertanyaan Penelitian	38
3.7. Prosedur Pengumpulan Data dan Perekaman Data	39
3.8. Analisis Data	42
3.9. Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Data.....	46
4.2 Deskripsi Informan.....	46
4.3 Hasil Penelitian dan Analisis Data.....	48
4.3.1 Pertanyaan Media Iklan.....	48
4.3.1.1. Media Yang Terdapat Pada Media Iklan.....	48
4.3.1.2. Iklan Kosmetik Membujuk Penelitian.....	50
4.3.1.3. Mengingat Produk Kosmetik.....	52
4.3.2 Pertanyaan Sikap Pembelian.....	53
4.3.2.1. Pengetahuan Bahan Aman Produk Kosmetik.....	53
4.3.2.2. Kepercayaan Produk Kosmetik.....	54
4.3.2.3. Reaksi dan Perasaan Melihat Iklan Kosmetik.....	55
4.3.2.4. Alasan Siswa Melihat Iklan Kosmetik.....	58
4.3.3. Pertanyaan Keputusan Pembelian.....	58
4.3.3.1. Pengenalan Kebutuhan.....	58
4.3.3.2. Evaluasi Alternatif.....	59
4.3.3.3. Perilaku Pasca Pembelian.....	60
4.4 Pembahasan.....	62
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	66
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN	67
5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Implikasi.....	68
5.3 Saran.....	69
DaftarPustaka	70

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Kisi-Kisi Instrumen	37
Tabel 4.1 Media Informasi Kosmetik	51
Tabel 4.2 Iklan Mendorong Pengguna Media	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Iklan Kosmetik pada Media Cetak (Majalah)	14
Gambar 2.2 Iklan Kosmetik pada Media Elektronik (Televisi)	15
Gambar 2.3 Iklan Kosmetik pada Media Internet (Instagram)	16
Gambar 2.4 Iklan Kosmetik pada Media Internet (Youtube)	17
Gambar 2.5 Model Sikap Pembelian Tiga Komponen	22
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran	34
Gambar 3.1 Skema Analisis Data Model Miles dan Huberman	43

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Pertanyaan Penelitian
- Lampiran 2 Hasil Wawancara
- Lampiran 3 Hasil Observasi Media
- Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 5 Surat- Surat Penelitian