

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	1
LEMBAR PENGESAHAN	2
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	3
KATA PENGANTAR	4
LEMBAR TERIMA KASIH.....	5
ABSTRAK.....	7
<i>ABSTRACT</i>	8
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	12
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR GRAFIK.....	15
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	8
1. Brand Ambassador	8
2. Brand Attitude	10
3. Celebrity Worship	11
4. Beauty Industry di Kalangan Gen Z & Milenial	13
F. Kerangka Konsep.....	14
G. Definisi Operasional	17
H. Hipotesis	21
I. Metodologi	21
1. Metode Penelitian.....	21
2. Populasi dan Sampel.....	22
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	24
4. Teknik Pengumpulan Data	25

5. Uji Validitas dan Reabilitas	25
6. Teknik Analisis Data	26
BAB II.....	27
SELEBRITI DAN BRAND DI INDUSTRI KECANTIKAN	27
A. Tren Penggunaa <i>Brand Ambassador</i> di Industri Kecantikan	27
B. Peran <i>Celebrity Worship</i> dalam Komunikasi Pemasaran	31
C. Peran <i>Brand Attitude</i> di Industri Kecantikan.....	34
BAB III.....	38
PROFIL SCARLETT DAN EXO	38
A. Profil Scarlett.....	38
B. Praktik Komunikasi Pemasaran Scarlett di Media Sosial	44
C. Brand Ambassador Scarlett: EXO	48
BAB IV	51
PENGARUH TREN KOREAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP BRAND ATTITUDE PRODUK SKINCARE & KOSMETIK LOKAL	51
A. Uji Kualitas Instrumen.....	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas.....	51
3. Uji Normalitas	52
4. Uji Autokorelasi	52
5. Uji Multikolinearitas	52
6. Uji Heteroskedastisitas	52
B. Deskripsi Responden.....	53
1. Usia dan Jenis Kelamin Responden.....	53
2. Pekerjaan Responden.....	53
3. Domisili Responden	54
4. Pengeluaran Rata-rata Perbulan.....	55
5. Penggemar Boy Group EXO	55
6. Konsumen Brand Scarlett.....	56
C. Analisis <i>Mean</i>	56
1. Analisis Mean Variabel Independen (X) Brand Ambassador	56
2. Analisis Mean Variabel Dependen (Y) Brand Attitude.....	58

3.	Analisis Mean Variabel Moderator (Y) Celebrity Worship	60
D.	Analisis Modus.....	62
1.	Analisis Modus Variabel Independen (X) Brand Ambassador	62
2.	Analisis Mean Variabel Dependen (Y) Brand Attitude.....	64
3.	Analisis Mean Variabel Moderator (Y) Celebrity Worship	65
E.	Analisis Tabulasi Silang.....	66
1.	Tabulasi Silang antara Konsumen Brand Scarlett dan Penggemar EXO	67
2.	Tabulasi Silang antara Penggemar EXO dan Awareness Produk yang Dipromosikan Idol.....	67
3.	Tabulasi Silang antara Penggemar EXO dan Upaya Penggemar untuk Mendapatkan Produk yang Dipromosikan Idol.....	68
4.	Tabulasi Silang antara Upaya Penggemar EXO dan Pengorbanan Penggemar EXO untuk Mendapatkan Produk yang Dipromosikan Idol	68
5.	Tabulasi Silang antara Konsumen Brand Scarlett dan Kesesuaian Idol.....	69
G.	Analisis Regresi.....	71
1.	Analisis Regresi Variabel Independen (Brand Ambassador) terhadap Variabel Dependen (Brand Attitude)	72
2.	Analisis Regresi Variabel Independen (Brand Ambassador) terhadap Variabel Moderator (Celebrity Worship)	72
3.	Analisis Regresi Variabel Moderator (Celebrity Worship) terhadap Variabel Dependen (Brand Attitude)	73
4.	Analisis Regresi Antarvariabel secara Total	73
H.	Analisis Jalur (Uji Sobel)	74
I.	Ringkasan Data Temuan Penelitian	75
J.	Pembahasan.....	77
BAB V	83
PENUTUP	83
A.	Kesimpulan.....	83
B.	Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	93