

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Top Brand Index (TBI) Sabun Mandi Tahun 2009 – 2010..	5
Tabel 2. Top Brand Index (TBI) Sabun Mandi Tahun 2011 – 2012..	6
Tabel 3. Perkembangan Penjualan Sabun Lifebuoy Tahun 2010-2013.....	6
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel, Indikator, Ukuran dan Skala.....	31
Tabel 5. Kriteria Validitas pada Analisis Fakto	35
Tabel 6. Validitas Model Iklan.....	36
Tabel 7. Membeli Validitas Keputusan.....	36
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas <i>Alpha Croanbach</i>	39
Tabel 9. Jenis Kelamin Konsumen	40
Tabel 10. Usia Konsumen	40
Tabel 11. PendidikanKonsumen	41
Tabel 12. PekerjaanKonsumen	41
Tabel 13. PenghasilanKonsumen	42
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Pernyataan Responden mengenai Daya Tarik Model Iklan	43
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Pernyataan Responden mengenai Kepercayaan Model Iklan	45
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Pernyataan Responden mengenai Keahlian Model IKlan	47

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Pernyataan Responden mengenai Keputusan Membeli Sabun Lifebuoy.....	49
Tabel 18. Hasil Uji F	52
Tabel 19. Hasil Uji Parsial.....	53