

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Top brand index</i> Pelembab Wajah tahun 2014 – 2018 .....	6
Tabel 2. 1 Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 2. 2 Kekuatan dan Kelemahan Media Televisi .....	24
Tabel 3. 1 Operasional Konsep, Variabel, dan Indikator Penelitian .....	48
Tabel 3. 2 Cara pengukuran Skala Likert.....	51
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan angkatan.....	60
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas.....	61
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas .....	62
Tabel 4. 4 Tanggapan Responden terhadap dimensi Empathy pada variabel Efektivitas iklan.....	63
Tabel 4. 5 Tanggapan Responden terhadap dimensi Persuasion pada variabel Efektivitas iklan.....	64
Tabel 4. 6 Tanggapan Responden terhadap dimensi Impact pada variabel Efektivitas iklan.....	65
Tabel 4. 7 Tanggapan Responden terhadap dimensi Communication pada variabel Efektivitas iklan.....	67
Tabel 4. 8 Hasil tanggapan responden terhadap kuesioner EPIC Model.....	68
Tabel 4. 9 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel pada Dimensi Empathy .....	69
Tabel 4. 10 Nilai rata – rata dimensi Empathy.....	69
Tabel 4. 11 Statistik deskriptif hasil pengukuran variable pada dimensi Persuasion Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel pada Dimensi <i>Persuasion</i> .....	70
Tabel 4. 12 Nilai rata – rata dimensi <i>Persuasion</i> .....	70
Tabel 4. 13 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel pada Dimensi <i>Impact</i> .....	71
Tabel 4. 14 Nilai rata – rata dimensi <i>Impact</i> .....	72
Tabel 4. 15 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel Dimensi Communication .....	73

Tabel 4. 16 Nilai rata – rata dimensi Communication .....	73
Tabel 4. 17 Hasil EPIC Model pada iklan Ponds versi “Goals Generation” Maudy Ayunda 2018. ....	74
Tabel 4. 18 Grafik EPIC Model pada iklan Ponds White Beauty “Goals Generations” Maudy Ayunda 2018.....	75

