

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Cuplikan Iklan Wardah Versi Feel the Beauty	10
Gambar 2.1.	Tujuan Komunikasi, Respon, dan Proses Pembelian.....	24
Gambar 2.2.	Proses Terjadinya Persepsi.....	43
Gambar 2.3.	Proses Pemberian Respon	44
Gambar 2.4.	Hubungan Stimulus Terhadap Respon.....	44
Gambar 2.5.	Unsur-unsur SOR.....	47
Gambar 2.6.	Unsur-unsur Menafsirkan Persepsi	48
Gambar 4.1.	Logo Wardah.....	75

