DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI i

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI ii

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI iii

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

BAB I 1

PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Rumusan Masalah 11
1.3. Tujuan Penelitian 11
1.4. Manfaat Penelitian 12
1.4.1. Manfaat Akademis 12
1.4.2. Manfaat Praktis 12

BAB II 13

TINJAUAN PUSTAKA 13

2.1. Penelitian Terdahulu 13
2.2. Kajian Teoritis 18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran 18
2.2.2 Periklanan 23
2.2.2.1 Definisi Periklanan 23
2.2.2.2 Mengembangkan dan Mengelola Program Periklanan 23
2.2.2.3 Fungsi & Tujuan Periklanan 24

http://digilib.mercubuana.ac.id/

2.2.2.4 Pesan Periklanan 26
2.2.2.5 Pengertian Iklan 28
2.2.3 Minat Beli Konsumen 38
2.2.3.1. Pengertian Konsumen dan Perilaku Konsumen..... 38
2.2.3.2. Pengertian Minat Beli Konsumen..... 39
2.2.3.3. Pengaruh Periklanan Terhadap Minat Beli Konsumen..... 43
2.2.4 Teori Stimuli dan Respon (SR) 44
2.2.5 Hipotesis..... 46
BAB III 46
METODOLOGI PENELITIAN 46
3.1. Tipe Penelitian..... 46
3.2. Metode Penelitian..... 47
3.4. Populasi dan Sample..... 48
3.5. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep..... 51
3.5.1 Definisi Konsep 51
3.5.2 Operasionalisasi Konsep 51
3.6. Pengukuran Minat Beli Konsumen 53
3.7 Pengukuran Iklan Online 53
3.8 Teknik Pengumpulan Data 54
3.8.1 Data Primer..... 54
3.9 Uji Validitas dan Reliabilitas..... 55
3.10 Teknik Analisis dan Penyajian Data..... 56
BAB IV 59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 59
4.1. Gambaran dan Obyek Penelitian 59
4.2. Hasil Penelitian dan Pembahasan 62
4.2.1. Karakteristik Responden 62
4.4.2. Deskriptif Jawaban Responden 65
4.3. Hasil Uji Validitas dan Reabilitas 67

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

4.3.1. Hasil Uji Validitas 67
4.3.2. Uji Reliabilitas 69
4.4. Iklan Online 70
4.5. Minat Beli 81
4.6. Hasil Uji Asumsi Klasik 87
4.6.1. Uji Normalitas 87
4.6.2. Uji Heteroskedastisitas 89
4.7. Hasil Pengujian *Goodness of Fit* 90
4.7.1. Uji Koefisien Determinasi (R^2) 90
4.8. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 91
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian 92
4.9.1. Pengaruh Iklan Online terhadap Minat Beli 92
BAB V 94
KESIMPULAN DAN SARAN 94
5.1. Kesimpulan 94
5.2. Saran 94
DAFTAR PUSTAKA 96

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/