

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan dan Kontribusi Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian.....	7
2. Kontribusi Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS	9
A. Kajian Pustaka	9
1. Manajemen Pemasaran	9
2. Perilaku Konsumen	10
3. <i>Social Marketing</i>	11

3.1	Pengertian <i>Social Marketing</i>	11
3.2	<i>Social Marketing</i> dan Perubahan Perilaku	12
4.	Iklan Layanan Masyarakat.....	13
4.1	Manfaat Iklan Layanan Masyarakat	15
4.2	Isi Iklan Layanan Masyarkat	15
4.3	Syarat Iklan.....	15
4.4	Proses Kampanye Iklan Layanan Masyarakat.....	16
4.5	Dimensi dan Indikator Iklan Layanan Masyarakat	17
5.	Komunikasi Visual	18
5.1	Visualisasi	20
5.2	Peringatan Bahaya Merokok	20
5.3	Dimensi dan Indikator Komunikasi Visual	22
6.	Sikap	23
6.1	Proses Pembentukan Sikap.....	26
6.2	Sikap Terhadap Iklan Rokok.....	27
6.3	Dimensi dan Indikator Perubahan Sikap	28
7.	Penelitian Terdahulu.....	29
B.	Kerangka Pemikiran.....	30
C.	Hipotesis.....	31
1.	Iklan Layanan Masyarakat (X_1) Terhadap Perubahan Sikap (Y).....	31
2.	Visualisasi Ancaman Kesehatan (X_2) Terhadap Perubahan Sikap (Y)	32
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
A.	Waktu dan Tempat Pelaksanaan	33

B. Desain Penelitian.....	33
C. Definisi Operasional Variabel.....	33
D. Skala Pengukuran Variabel.....	35
E. Populasi dan Sampel	35
1. Populasi Penelitian.....	35
2. Sampel Penelitian.....	36
F. Jenis Data	37
G. Metode Pengumpulan Data	37
H. Metode Analisis Data	37
1. Analisis Deskriptif.....	37
2. Analisis <i>Partial Least Square (PLS)</i>	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	43
B. Karakteristik Responden	44
1. Jenis Kelamin.....	44
2. Usia	45
3. Pendidikan Formal Terakhir	46
4. Lama Bekerja	47
5. Pendapatan Per Bulan	48
C. Deskripsi Variabel.....	49
1. Iklan Layanan Masyarakat.....	49
2. Visualisasi Ancaman Kesehatan	50
3. Sikap	51

D. Hasil Analisis Data.....	52
1. Evaluasi <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	53
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis (<i>Inner Model</i>).....	58
E. Pembahasan.....	62
1. Pengaruh Iklan Layanan Masyarakat terhadap Sikap.....	62
2. Pengaruh Visualisasi Ancaman Kesehatan terhadap Sikap.....	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	63
A. Simpulan.....	63
B. Saran.....	63
1. Saran Untuk Pemerintah.....	64
2. Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	66
DAFTAR PUSTAKA.....	67

