

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	18
C. Tujuan Penelitian .....	18
D. Kontribusi Penelitian .....	19
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, RERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
A. Kajian Pustaka .....	20
1. Pengertian Manajemen Pemasaran .....	20
2. Pengertian Pemasaran Sosial .....	21
3. Pengertian Iklan .....	24
4. Pengertian Daya Tarik Iklan .....	29
5. Pengertian Kualitas Pesan Iklan .....	31
6. Pengertian Frekuensi Penayangan Iklan .....	36
7. Pengertian Sikap .....	38
B. Rerangka Penelitian.....	42
1. Penelitian Terdahulu .....	42

2. Hubungan Antar Variabel .....	44
3. Rerangka Pemikiran.....	47
C. Hipotesis.....	48

**BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	49
1. Waktu Penelitian .....	49
2. Tempat Penelitian.....	49
B. Desain Penelitian .....	49
C. Definisi dan Operasionalisasi Variabel .....	50
1. Definisi Variabel .....	50
2. Operasional Variabel .....	52
D. Pengukuran Variabel .....	55
E. Populasi dan Sampel Penelitian .....	56
1. Populasi Penelitian .....	56
2. Sampel Penelitian.....	57
F. Teknik pengumpulan data .....	57
G. Jenis Data Penelitian .....	58
H. Metode Analisis Data .....	58
1. SEM (Structural Equation Modeling).....	58
2. Uji Kualitas Data .....	65
a. Uji Validitas.....	65
b. Uji Reabilitas .....	65
c. Pengujian Hipotesisi .....	67

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum .....	68
B. Karakteristik Responden .....	68
1. Usia.....	69
2. Status Pernikahan .....	69
3. Pendidikan .....	70
4. Jumlah Pengeluaran Per Bulan .....	71
5. Lama Mengonsumsi Rokok.....	71
6. Melihat Penayangan Iklan .....	72

C. Analisis Deskriptif Variabel.....	72
1. Daya Tarik Iklan .....	72
2. Kualitas Pesan Iklan .....	74
3. Frekuensi Penayangan Iklan .....	75
4. Sikap Berhenti Merokok.....	77
D. Uji Asumsi dan Kualitas Instrumen Penelitian .....	78
1. Daya Tarik Iklan .....	79
a. Uji Validitas .....	79
b. Uji Reliabilitas .....	81
2. Kualitas Pesan Iklan .....	81
a. Uji Validitas .....	81
b. Uji Reliabilitas .....	83
3. Frekuensi Penayangan Iklan .....	84
a. Uji Validitas .....	84
b. Uji Reliabilitas .....	85
4. Sikap Berhenti Merokok .....	86
a. Uji Validitas .....	86
b. Uji Reliabilitas .....	87
E. Uji Kecocokan Model Pengukuran .....	88
1. Uji Kecocokan Pengukuran .....	88
2. Model Pengukuran Uji T-Value dan Pengujian Hipotesis Penelitian.....	91
F. Pembahasan Hasil Penelitian.....	92
1. Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Sikap Berhenti Merokok .....	92
2. Analisis Pengaruh Kualitas Pesan Iklan Terhadap Sikap Berhenti Merokok .....	94
3. Analisis Pengaruh Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Sikap Berhenti Merokok .....	95

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	96
B. Saran.....	96

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
-----------------------------	------------

## **LAMPIRAN**