

DAFTAR ISI

ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Komunikasi Pemasaran	10
2.2.1 Pengelola Pemasaran	11
2.2.2 Langkah-Langkah Komunikasi Pemasaran	12
2.2.3 Pengertian Periklanan	15
2.2.4 Manfaat Iklan.....	16
2.2.5 Tujuan Periklanan.....	17

2.2.6	Jenis-Jenis Iklan.....	17
2.2.7	Terpaan Tayangan Televisi	18
2.2.8	Televisi Sebagai Media Iklan	20
2.2.9	Teori Kultivasi.....	21
2.2.10	Pengertian Perilaku Konsumen	23
2.3	Efektivitas Iklan	23
2.4	Minat Beli Konsumen.....	24
2.4.1	Pengertian Minat Beli Konsumen	24
2.4.2	Tahapan Minat Beli Konsumen.....	24
2.4.3	Dimensi Minat Beli Konsumen	26
2.5	Teori AIDA.....	27
2.6	Kerangka Pemikiran	30
2.7	Hipotesis Teoritis	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Tipe Penelitian	32
3.2	Metode Penelitian	32
3.3	Populasi dan sampel	33
3.3.1	Populasi	33
3.3.2	Sampel	33
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel	33
3.4	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	34
3.4.1	Definisi Konsep.....	34
3.4.2	Operasionalisasi Konsep	35

3.5 Validitas dan Reliabilitas	37
3.5.1 Validitas.....	37
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	38
3.6 Teknik Pengumpulan Data	39
3.6.1 Data Primer.....	39
3.6.2 Data Sekunder	40
3.7 Metode Pengmpulan Data	40
3.8 Teknik Analisi Data.....	42
3.8.1 Analisis Korelasi Sederhana.....	42
3.8.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	42
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	45
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	49
4.1.3 Logo.....	50
4.2 Profil Responden	50
4.2.1 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.2.2 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	52
4.2.3 Profil Responden Pernah Melihat Iklan SariWangi Di TV	53
4.3 Hasil Penelitian.....	54
4.3.1 Uji Validitas	54
4.3.1.1 Uji Reliabilitas Terpaan TVC (X).....	55

4.3.1.2 Uji Reliabilitas Minat Beli (Y).....	55
4.3.2 Analisis Frekuensi	56
4.3.2.1 Terpaan TVC (X)	56
4.3.2.2 Minat Beli (Y)	62
4.3.3 Statistik Deskriptif.....	66
4.3.3.1 Terpaan TVC.....	66
4.3.3.2 Minat Beli.....	67
4.3.4 Analisis Korelasi Sederhana	67
4.3.5 Analisis Regresi Linier Sederhana	69
BAB V KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74