

DAFTAR ISI

<i>ABSTRACT</i>	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi, Perumusan, dan Batasan Masalah	13
1.2.1. Identifikasi Masalah.....	13
1.2.2. Perumusan Masalah	14
1.2.3. Batasan Masalah	14
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	14
1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1. Kajian Teori.....	17
2.1.1. Pemasaran Sosial	17
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran Sosial.....	17
2.1.1.2. Produk dalam Pemasaran Sosial.....	20
2.1.1.3. Kegagalan dalam Pemasaran Sosial	22
2.1.2. Aktifitas Merokok	24
2.1.2.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Seseorang Merokok .	26
2.1.3. Gaya Hidup.....	27
2.1.3.1. Pengertian Gaya Hidup.....	27
2.1.3.2. Jenis-jenis Gaya Hidup	30

2.1.4.	Lingkungan Sosial	35
2.1.5.	Kepercayaan Diri.....	36
2.1.5.1.	Pengertian Kepercayaan Diri	36
2.1.5.2.	Dorongan Dasar Pembentuk Kepercayaan Diri.....	38
2.1.6.	Periklanan	40
2.1.6.1.	Pengertian Periklanan	40
2.1.6.2	Sasaran Periklanan.....	42
2.1.7.	Pengambilan Keputusan	46
2.2.	Penelitian Terdahulu	49
2.3.	Kerangka Pemikiran	55
2.4.	Hipotesis	55
BAB III METODE PENELITIAN		
3.1.	Waktu dan Tempat Penelitian	57
3.1.1	Waktu Penelitian	57
3.1.2	Tempat Penelitian.....	57
3.2	Jenis dan Desain Penelitian	58
3.3.	Definisi Variabel dan Variabel Penelitian.....	58
3.3.1	Defenisi Variabel.....	58
3.3.2	Variabel Penelitian	59
3.4	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	60
3.4.1	Pengukuran Variabel	62
3.5	Populasi,Sampel Penelitian dan Teknik Sampling.....	63
3.5.1	Populasi Penelitian	63
3.5.2	Sampel Penelitian	63
3.5.3	Teknik Sampling	64
3.6.	Jenis dan Sumber Data	65
3.7.	Metode Analisis Data	66
3.7.1	Pengujian Data	66
3.7.2	Analisis SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>).....	67
3.7.3	Uji Hipotesis.....	73
3.7.4	Matriks Korelasi Antar Dimensi	74

BAB IV	METODE PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1.	Karakteristik Responden	77
4.2	Analisis SEM (<i>Structural Equation Modelling</i>).....	79
4.2.1	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data	80
4.2.1.1	Variabel Gaya Hidup	81
4.2.1.2	Variabel Lingkungan Sosial	83
4.2.1.3	Variabel Kepercayaan Diri.....	85
4.2.1.4	Variabel Periklanan.....	87
4.2.1.4	Variabel Kecenderungan Merokok.....	89
4.2.2	Uji Kecocokan Model Pengukuran	91
4.2.3	Uji Kecocokan Model Struktural.....	92
4.2.4	Korelasi Antar Dimensi.....	95
4.2.4.1	Korelasi Gaya Hidup	95
4.2.4.2	Korelasi Lingkungan Sosial	96
4.2.4.3	Korelasi Kepercayaan Diri	96
4.2.4.4	Korelasi Periklanan	97
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	98
4.3.1	Analisa Pengaruh Gaya Hidup	98
4.3.2	Analisa Pengaruh Lingkungan Sosial.....	99
4.3.3	Analisa Pengaruh Kepercayaan Diri	100
4.3.4	Analisa Pengaruh Periklanan.....	100
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan.....	102
5.2	Saran.....	103
5.2.1	Saran Untuk Pemerintah.....	103
5.2.2	Saran Untuk Bidang Akademik.....	105
DAFTAR PUSTAKA.....		105
DAFTAR LAMPIRAN.....		109
Lampiran Kuesioner.....		109

Lampiran Tabulasi Kuesioner	112
Lampiran Hasil Analisis Data	117
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	133

