

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian .....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Perumusan Masalah.....</b>	<b>12</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian .....</b>	<b>12</b>
<b>1.4.1 Manfaat Teoritis.....</b>	<b>12</b>
<b>1.4.2 Manfaat Praktis.....</b>	<b>12</b>
<b>BAB II TUNJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>13</b>
<b>2.1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>13</b>
<b>2.2 Kerangka Teori.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.2 Bentuk Bentuk Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.3 Periklanan dan Iklan .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2.4 Fungsi Iklan .....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.5 Daya Tarik Iklan.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.6 Terpaan Iklan.....</b>	<b>29</b>
<b>2.2.7 Iklan Televisi .....</b>	<b>33</b>
<b>2.2.8 Kelebihan Dan Kekurangan Iklan Televisi .....</b>	<b>35</b>

2.2.9	Elemen Iklan Televisi.....	37
2.2.10	Brand Awareness .....	40
2.2.11	Elemen Brand Awareness.....	42
2.3	Kerangka Pemikiran .....	44
2.4	Kerangka Konseptual Penelitian .....	44
2.5	Hipotesis .....	46
 <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>47</b>
3.1	Tipe Penelitian .....	47
3.2	Metode Penelitian .....	48
3.3	Populasi dan Sampel .....	48
3.3.1	Populasi .....	48
3.3.2	Sampel .....	50
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel .....	52
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	52
3.4.1	Definisi Konsep.....	53
3.4.2	Operasional Konsep.....	54
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	57
3.5.1	Uji Validitas .....	57
3.5.2	Uji Reabilitas .....	58
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	59
3.6.1	Data Primer .....	59
3.6.2	Data Sekunder .....	60
3.7	Teknik Analisa Data.....	61
3.7.1	Proses Editing .....	61
3.7.2	Proses Pengkodean Data (Coding) .....	62
3.7.3	Analisis Korelasi.....	64
3.7.4	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	66
3.7.5	Uji Hipotesis Statistik .....	67
3.7.6	Uji Koefisien Determinasi .....	68

<b>BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>69</b>
<b>4.1    Gambaran Umum Objek Peneltian .....</b>	<b>69</b>
4.1.1 <b>Gambaran Perusahaan JD.id.....</b>	<b>69</b>
4.1.2 <b>Visi Misi JD.id .....</b>	<b>72</b>
4.1.3 <b>Gambaran Iklan JD.ID.....</b>	<b>73</b>
<b>4.2    Hasil Penelitian .....</b>	<b>76</b>
4.2.1 <b>Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....</b>	<b>76</b>
4.2.3 <b>Karakteristik Responden .....</b>	<b>79</b>
4.2.4 <b>Variabel X.....</b>	<b>82</b>
4.2.5 <b>Variabel Y .....</b>	<b>93</b>
4.2.6 <b>Uji Korelasi.....</b>	<b>99</b>
4.2.7 <b>Uji Regresi Linear Sederhana.....</b>	<b>100</b>
4.2.8 <b>Uji Hipotesis Statistik .....</b>	<b>101</b>
4.2.9 <b>Uji Koefisien Determinasi .....</b>	<b>102</b>
<b>4.3    Pembahasan .....</b>	<b>104</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
<b>5.1    KESIMPULAN .....</b>	<b>106</b>
<b>5.2    SARAN .....</b>	<b>108</b>
5.2.1 <b>Saran Akademis .....</b>	<b>108</b>
5.2.2 <b>Saran Praktis .....</b>	<b>108</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>109</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>112</b>