

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRCT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.4.3 Manfaat Sosial	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kajian Teori	17
2.2.1 Komunikasi	17
2.2.2 Gaya Komunikasi	21
2.2.3 Komunikasi Publik	27

2.2.4 Minat Menabung.....	31
2.2.5 Model <i>Experiential Learning</i>	33
2.2.6 Pengukuran (<i>Measurement</i>)	36
2.3 Hipotesis Teori.....	37
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	42
3.3.1 Populasi Penelitian.....	42
3.3.2 Sampel Penelitian.....	43
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	44
3.4 Definisi Variabel & operasionalisasi Konsep	45
3.4.1 Definisi Variabel.....	45
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	46
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	53
3.6 Teknik Analisis data	59
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	62
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	62
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	62
4.1.1.1 Gambaran Program	65
4.1.2 Gambaran Umum Penelitian.....	66
4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	67
4.2.1 Uji Validitas	67
4.2.2 Uji Reliabilitas	69
4.3 Analisis Deskriptif	70
4.3.1 Profil Responden.....	70

4.4 Gambaran Persepsi Responden.....	70
4.4.1 Persepsi Responden Mengenai Variabel Gaya Komunikasi <i>Equalitarian</i> (X).....	75
4.4.2 Persepsi Responden Mengenai Variabel Minat Menabung (Y).....	84
4.5 Analisis Distribusi Frekuensi dan Pengaruhnya	99
4.6 Analisis Regresi Sederhana.....	99
4.6.1 Uji Asumsi Klasik	100
4.6.2 Uji Korelasi.....	102
4.6.3 Uji Regresi Linear Sederhana	104
4.6.3.1 Koefisien Determinasi.....	104
4.6.3.2 Uji Hipotesis.....	105
4.7 Pembahasan.....	106
BAB V KESIMPULAN.....	109
5.1 Kesimpulan	109
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	

