

DAFTAR ISI

ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Tujuan penelitian	6
1.4. Pembatasan Masalah	6
1.5. Manfaat penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	8

BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Perusahaan	10
2.2. Lingkup Bidang Usaha	12
2.3. Sumber Daya	14
2.4. Tantangan Bisnis	16

2.5. Proses Bisnis	16
--------------------------	----

BAB III KAJIAN PUSTAKA

3.1. Komunikasi Pemasaran.....	18
3.2. Iklan ..	20
3.2.1. Pengertian Iklan	20
3.2.2. Tujuan Iklan	21
3.2.3. Jenis Iklan	22
3.2.4. Media Iklan	23
3.2.5. Pesan Iklan	24
3.3. Iklan Televisi.....	27
3.3.1. Bentuk Iklan Televisi	27
3.3.2. Kelebihan dan Kelemahan Televisi.....	28
3.3.3. Efektivitas Iklan	32
3.4. Perilaku Konsumen.....	33
3.5. Keputusan pembelian	34
3.7. Hubungan Antara Pesan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian	38
3.8. Kerangka Pemikiran	39
3.9. Hipotesis	40

BAB IV METODE PENELITIAN

4.1. Objek Riset	42
4.2. Metode Riset	42

4.2.1. Metode	42
4.2.2. Operasional Variabel	43
4.2.3. Metode Pengumpulan Data	44
4.2.4. Populasi dan Sampel	45
4.3. Uji Validitas dan Realibilitas	47
4.3.1. Uji Validitas	47
4.3.2. Uji Reabilitas	48
4.4. Metode Analisis.....	49
4.4.1. Regresi Logistik Binary	49
4.4.2. Menguji Kelayakan Model Regresi Logistik Binary	50
4.4.3. Menilai Keباikan Keseluruhan model Regresi Logistik Binary	50
4.4.4. Menguji Koefisien Regresi Logistik Binary	51

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Karakteristik Responden	52
5.1.1. Jenis Kelamin	52
5.1.2. Usia	53
5.1.3. Tingkat Pengeluaran	53
5.1.4. Frekuensi Menonton Televisi	54
5.1.5. Acara Televisi Yang Disukai	55
5.1.6. Sikap Terhadap Iklan Televisi	55
5.2. Deskripsi Hasil Penelitian.....	56
5.2.1. Distribusi Frekuensi Variable isi Pesan – X_1	56

5.2.2. Distribusi Frekuensi Struktur Pesan – X_2	59
5.2.3. Distribusi Frekuensi Variabel Format Pesan – X_3	61
5.2.4. Distribusi Frekuensi Sumber Pesan – X_4	63
5.2.5. Distribusi Frekuensi Keputusan Konsumen	66
5.3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	66
5.4. Hasil dan Analisis Model Regresi Logistic Binary	68
5.4.1. Hasil Pengujian Kelayakan Model Regresi Logistic Binary.....	68
5.4.2. Hasil Penilaian Keseluruhan Model (Over-All Model Fit) .	69
5.4.3. Hasil Pengujian Koefisien Regresi.....	70
5.4.4. Uji Ekspansi B	74
5.5. Implikasi Hasil Penelitian	75

BAB VI KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

6.1. Kesimpulan	78
6.2. Rekomendasi	79

DAFTAR PUSTAKA	81
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN	83
-----------------------	-----------

RIWAYAT HIDUP.....	123
---------------------------	------------