

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b>	
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Perumusan Masalah .....	5
C. Pembatasan Masalah .....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pengertian Pemasaran .....	7
B. Arti Penting Pemasaran .....	10
C. Bauran Pemasaran .....	11
D. Pengertian Periklanan .....	15
E. Fungsi Periklanan .....	16
F. Tujuan Periklanan .....	17
G. Perencanaan dan Pemilihan Media Periklanan .....	18
H. Televisi Sebagai Media Iklan .....	20

I. Sifat Iklan Televisi .....	22
J. Prosedur Waktu Iklan Televisi .....	23
K. Keunggulan dan Kelemahan Televisi .....	25
L. Perilaku konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian .....	26
M. Proses Keputusan Pembelian .....	29
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
A. Gambaran Umum .....	40
A.1. Gambaran Umum Perusahaan .....	40
A.2. Ruang Lingkup Produk .....	41
A.3. Produk Yang diiklankan Melalui Media Televisi .....	42
B. Metodologi Penelitian .....	46
C. Hipotesis .....	46
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	47
E. Variabel dan Pengukurannya .....	47
F. Definisi Operasional Variabel .....	48
G. Metode Pengumpulan Data .....	50
H. Metode Analisis Data .....	51
<b>BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Karakteristik Responden .....	54
B. Tanggapan Responden Mengenai Iklan Melalui Media Televisi Produk Sepeda Motor Honda .....	56

C. Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda .....	58
D. Analisis Pengaruh Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda .....	79
<b>BAB V    KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	84
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	