

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI</b> .....	iv
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat penelitian.....	10
1.4.1. Akademis.....	10
1.4.2. Praktis.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Periklanan Sebagai Proses Komunikasi.....	16
2.3 Terpaan Iklan.....	19
2.4 Fungsi-Fungsi Periklanan.....	20
2.5 Definisi Tagline .....	22
2.6 Brand.....	24
2.7 Manfaat Brand.....	26

2.8. Definisi <i>Brand Awareness</i> .....	31
2.8.1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	33
2.8.2 Peran <i>Brand Awareness</i> .....	34
2.9 Kerangka Pemikiran.....	37
2.10 Hipotesis Teoritis.....	37

### **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

3.1. Sifat Penelitian.....	39
3.2. Metode Penelitian.....	39
3.3. Populasi dan Sample.....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel.....	41
3.3.3 Penarikan Sampel.....	42
3.4 Definisi & Operasionalisasi Konsep.....	43
3.5. Validitas dan Reliabilitas.....	45
3.5.1 Validitas.....	45
3.5.2 Reliabilitas.....	47
3.6 Analisis Korelasi Sederhana.....	48
3.7 Uji Regresi.....	49
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.8.1 Data Primer.....	50
3.8.2 Data Skunder.....	50
3.9 Teknik Analisa Data.....	51
3.10 Pengujian Hipotesis .....	53
3.11 Hipotesis Statistik.....	53

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	55
4.1.1 Visi Misi Perusahaan.....	56

4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan.....	57
4.2 Hasil Pembahasan.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden.....	57
4.2.2 Deskriptif Variabel Bebas X.....	59
4.2.3 Deskriptif Variabel Terikat .....	63
4.2.4 Uji Validitas.....	64
4.2.5 Uji Reliabilitas.....	65
4.2.5.1 Uji Reliabilitas Terpaan Iklan X.....	66
4.2.5.2 Uji Reliabilitas <i>Brand Awareness</i> .....	67
4.2.6 Uji Korelasi.....	67
4.2.7 Uji Regresi Linear Sederhana.....	68
4.2.8 Uji Determinasi.....	69
4.2.9 Uji Statistik T.....	69
4.3 Pembahasan.....	70
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	74
5.2 Saran.....	74
5.2.1 Saran Akademis.....	75
5.2.2 Saran Praktis.....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>76</b>



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA