

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan dan Lokasi Perusahaan.....	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	2
1.1.3 Visi dan Misi PT. Mayora Indah Tbk. ....	3
1.1.4 Produk PT. Mayora Indah Tbk. ....	3
1.2 Latar Belakang Masalah .....	3
1.3 Rumusan Masalah .....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	11
1.5.2 Aspek Praktis .....	11
1.6 Sistematika Penulisan.....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN .....</b>	<b>13</b>
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	13
2.1.1 Pemasaran .....	13
2.1.2 Ruang Lingkup Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.3 Kegunaan Komunikasi Pemasaran .....	14
2.1.4 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	14

2.1.5 Proses Pengembangan Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.6 Periklanan .....	17
2.1.7 Tujuan Periklanan .....	18
2.1.8 Target Periklanan .....	18
2.1.9 Tipe Periklanan .....	19
2.1.10 Komponen Iklan Televisi.....	20
2.1.11 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi .....	21
2.1.12 Perilaku Konsumen.....	22
2.1.13 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	23
2.1.14 Keputusan Pembelian .....	25
2.1.15 Proses Keputusan Pembelian .....	25
2.1.16 Tipe-tipe keputusan konsumen .....	27
2.1.17 Dimensi Keputusan Pembelian.....	28
2.1.18 Hubungan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .	29
2.1.19 Penelitian Terdahulu .....	29
2.2 Kerangka Pemikiran .....	45
2.3 Hipotesis Penelitian .....	48
2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	48
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>50</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	50
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	50
3.2.1 Variabel Operasional .....	50
3.2.2 Skala Pengukuran .....	52
3.3 Tahapan Penelitian .....	53
3.4 Populasi dan Sampel .....	54
3.4.1 Populasi.....	54
3.4.2 Sampel .....	54
3.5 Pengumpulan Data .....	56
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	57
3.6.1 Uji Validitas.....	57
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	60

3.7 Teknik Analisis Data .....	61
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	61
3.7.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI) .....	63
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	64
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	65
3.7.5 Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	66
3.7.6 Koefisien Determinasi .....	67
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>68</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	68
4.2 Karakteristik Responden .....	68
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	71
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan .....	72
4.3 Hasil Penelitian.....	72
4.3.1 Analisis Deskriptif .....	72
4.3.2 <i>Method of Succesive Interval</i> (MSI) .....	84
4.3.3 Analisis Kuantitatif .....	85
4.3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	89
4.3.5 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	90
4.3.6 Koefisien Determinasi .....	91
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	92
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran .....	97
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan.....	97
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>100</b>
<b>LAMPIRAN</b>	