

DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
BATASAN MASALAH	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi.....	2
1.1.3 Struktur Perusahaan.....	3
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Logo Perusahaan.....	9
1.4 Perumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Masalah.....	9
1.6 Sistematis Penulisan.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Rangkuman Teori.....	11
2.1.1 Manajeme Pemasaran.....	11
2.1.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.1.3 Iklan.....	13
2.1.3.1 Tujuan Advertising.....	14
2.1.3.2 Langkah-langkah dalam Advertising.....	14
2.1.3.3 Pesan dari Advertising.....	15
2.1.3.4 Defenisi Advertising Media.....	16
2.1.3.5 Media Strategi.....	16
2.1.3.6 Dimensi Advertising.....	17
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	17

2.1.5 Keputusan Pembelian.....	18
2.2 Peneliti Terdahulu	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	22
2.4 Hipotesis Penelitian	23
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Variabel Operasional	25
3.2.1 Sumber Variabel Operasional.....	26
3.2.2 Skala Pengukuran	29
3.3 Tahapan Penelitian.....	30
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	31
3.4.1 Populasi.....	31
3.4.2 Sampel.....	32
3.4.3 Teknik Sampling	32
3.5 Pengumpulan Data	33
3.5.1 Sumber Data.....	33
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	34
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Realibilitas	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	36
3.7.1 Analisis Deskriptif	36
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	38
3.7.3 Regresi Linier Sederhana	38
3.8 Uji Hipotesis	39
BAB IV PEMBAHASAN	41
4.1 Karakteristik Responden.....	41
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.2 Analisis Deskripif.....	48
4.2.3 Uji F (Simultan)	53
4.2.4 Uji R.....	54
4.2.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	55

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Simpulan	58
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA.....	60
LAMPIRAN	