

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	8
1.6 Lokasi Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.2 Periklanan.....	11
2.1.3 Iklan Internet	12
2.1.4 Citra Merek	13
2.1.5 Daya Tarik Iklan	16
2.1.6 Daya Tarik Humor	18

2.1.7	EPIC Model.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
2.4	Hipotesis.....	34
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis penelitian.....	35
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	35
3.3	Populasi dan Sampel	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sample.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Jenis Data	40
3.4.2	Pengumpulan Data	41
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.5.1	Uji Validitas	42
3.5.2	Uji Reliabilitas	44
3.6	Teknis Analisis Data	46
3.6.1	Analisis Tabulasi Sederhana	47
3.6.2	Analisis Deskriptif	48
3.6.3	Uji <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	50
3.6.4	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.4	Analisis Koefisien Korelasi.....	51
3.6.3	Regresi Linier Sederhana	51
3.6.4	Koefisien Determinasi.....	52
3.6.5	Uji Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		54
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	60
4.2	Karakteristik Responden	60
4.3.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin	61
4.3.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia	61

4.3.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	61
4.3	Hasil Penelitian	62
4.3.1	Analisis Tabulasi Sederhana pada Variabel X dengan EPIC Model ...	63
4.3.2	Analisis Deskripsif Variabel Y	73
4.3.3	Uji Normalitas.....	86
4.3.4	Analisis Koefisien Korelasi.....	87
4.3.5	Hasil Analisis Regresi Sederhana	88
4.3.6	Koefisien Determinasi.....	90
4.3.7	Uji Hipotesis.....	91
4.4	Pembahasan.....	91
4.4.3	Variabel Efektivitas Iklan (X).....	93
4.4.4	Variabel Citra Merek (Y).....	96
4.4.5	Hubungan Efektivitas Iklan dengan Citra Merek.....	99
4.4.6	Pengaruh Efektivitas Iklan dengan Citra Merek	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		103
5.1	Kesimpulan	103
5.2	Saran.....	104
5.2.1	Saran Akademis	104
5.2.2	Saran Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA		106
LAMPIRAN		107