

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.3 Logo Pocari Sweat	3
1.1.4 Produk Pocari Sweat	4
1.2 Latar Belakang.....	5
1.3 Identifikasi Masalah	17
1.4 Tujuan Penelitian.....	17
1.5 Kegunaan Penelitian.....	17
1.5.1 Manfaat Teoritis	18
1.5.2 Manfaat Praktis	18
1.6 Sistematika Penulisan.....	18
1.7 Waktu dan Periode Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	20
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.2 Strategi komunikasi pemasaran.....	21
2.1.3 Proses Pengembangan Komunikasi Pemasaran	22
2.1.4 Iklan.....	24

2.1.5	Tujuan Iklan	25
2.1.6	Karakteristik iklan.....	27
2.1.7	Strategi iklan	27
2.1.8	Kerangka Kerja Eksekusi Iklan (<i>Executional Frameworks</i>).....	28
2.1.9	Efek Menggunakan Iklan	30
2.1.10	Dimensi Iklan	31
2.1.11	<i>Brand Awareness</i>	31
2.1.12	Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	32
2.1.13	Cara Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	33
2.1.14	Indikator <i>Brand Awareness</i>	33
2.1.15	Keputusan Pembelian.....	34
2.1.16	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	36
2.1.17	Dimensi Keputusan Pembelian	37
2.1.18	Hubungan Iklan dengan <i>Brand Awareness</i>	38
2.1.19	Hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian	38
2.1.20	Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan keputusan pembelian.....	39
2.1.21	Hubungan antara iklan dengan keputusan pembelian yang di Mediasi oleh <i>Brand Awareness</i>	40
2.2	Penelitian Terdahulu.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran	54
2.4	Hipotesis Penelitian	59
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	59
BAB III METODE PENELITIAN.....		60
3.1	Jenis Penelitian	60
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	61
3.2.1	Operasional Variabel.....	61
3.2.2	Skala Pengukuran.....	64
3.3	Tahapan Penelitian	65
3.4	Populasi dan Sampel.....	66
3.4.1	Populasi	66
3.4.2	Sampel.....	67
3.5	Teknik Pengumpulan Data	68

3.5.1	Data Primer	68
3.5.2	Data Sekunder	68
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
3.6.1	Uji Validitas	69
3.6.2	Uji Reliabilitas	71
3.7	Teknik Analisis Data	72
3.7.1	Analisis Deskriptif	72
3.7.2	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i>	74
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	75
3.7.4	Analisis Jalur.....	76
3.7.5	Koefisien Determinasi.....	81
3.7.6	Uji Sobel.....	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		83
4.1	Karakteristik Responden	83
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Pocari Sweat Dalam Satu Bulan	85
4.2	Hasil Penelitian.....	86
4.2.1	Analisis Deskriptif	86
4.2.2	Total Tanggapan Responden.....	101
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	101
4.3	Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	105
4.3.1	Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktural	105
4.3.2	Menghitung Koefisien Jalur yang Didasarkan pada Koefisien Regresi...106	
4.3.3	Menghitung Koefisien Regresi (Koefisien Jalur)	107
4.4	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	120
4.4.1	Analisis Deskriptif Variabel Iklan	120
4.4.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	121
4.4.3	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	121
4.4.4	Pengaruh Iklan terhadap <i>Brand Awareness</i>	122

4.4.5	Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	123
4.4.6	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	123
4.4.7	Terdapat Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Awareness</i>	124
4.4.8	Analisis Jalur.....	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		125
5.1	Kesimpulan.....	125
5.2	Saran.....	126
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	126
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	127
DAFTAR PUSTAKA		128
LAMPIRAN.....		135