

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1. Data pergantian Kepala Sekolah Man 2 Tanjung Karang	65
2. Data jumlah guru dan pegawai Man 2 Tanjung Karang	71
3. Data siswa/i Man 2 Tanjung Karang	71
4. Sarana dan prasarana Man 2 Tanjung Karang	72
5. Identitas responden menurut kelompok umur.....	75
6. Identitas responden menurut transportasi yang digunakan	76
7. Identitas responden menurut pendidikan orang tua	77
8. Identitas responden menurut pekerjaan orang tua	77
9. Identitas responden menurut penghasilan orang tua	78
10. Identitas responden menurut uang saku/ hari.....	79
11. Identitas responden menurut uang yang digunakan untuk membeli Rokok / hari.....	79
12. Identitas responden menurut jenis rokok yang dikonsumsi	80
13. Pernyataan satu bungkus rokok digunakan untuk berapa hari	81
14. Pernyataan responden rata-rata mengkonsumsi rokok perhari	81
15. Faktor yang mempengaruhi responden untuk membeli rokok	82
16. Tanggapan responden pada kontras warna pada iklan poster rokok one mild	83
17. Tanggapan responden pada kontras warna pada iklan poster rokok one mild	84
18. Penilaian responden terhadap merek dagang rokok one mild pada iklan poster.....	85
19. Tanggapan responden pada slogan iklan rokok one mild yakni one taste one spirit	86

20. Tanggapan responden pada ukuran font pada iklan poster rokok one mild	87
21. Tanggapan responden pada bentuk huruf pada iklan poster rokok one mild	88
22. Penilaian responden dari segi penempatan iklan poster rokok one mild	89
23. Tanggapan responden mengenai informasi akan produk rokok one mild melalui media poster	90
24. Kejelasan pesan yang disampaikan oleh iklan poster rokok one mild.....	91
25. Pesan yang disampaikan iklan poster rokok one mild mudah dimengerti	92
26. Iklan poster rokok one mild mudah dibaca.....	93
27. Iklan poster rokok one mild memiliki kesan (<i>image</i>) yang unik	94
28. Iklan poster rokok one mild lebih menonjol dari iklan poster lain	95
29. Iklan poster rokok one mild sebagai pengingat iklannya dari media lain.....	96
30. Minat konsumen mencoba rokok one mild.....	97
31. Minat responden untuk membeli rokok one mild	98
32. Responden memiliki hasrat mencoba rokok one mild	99
33. Hasrat responden untuk membeli rokok one mild	100
34. Penilaian responden iklan poster rokok one mild mencerminkan gaya hidup	101
35. Keyakinan responden menggunakan rokok one mild	102
36. Keyakinan responden terhadap pemilihan rokok one mild dibandingkan produk lain	103
37. Keyakinan responden untuk membeli rokok one mild atas dasar dipengaruhi iklannya melalui media poster	104
38. Hasil perhitungan dengan rumus regresi linier dengan program SPSS	104