

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Permasalahan	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Pemikiran.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran.....	9
1.6 Hipotesis.....	12
II. LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran.....	13
2.2 Pengertian Bauran Pemasaran.....	17
2.3 Kominikasi Pemasaran.....	20
2.4 Periklanan.....	20
2.5 Model Iklan.....	21
2.6 Perilaku Konsumen.....	24
2.7 Keputusan Pembelian.....	26
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian dan Objek Penelitian.....	29
3.1.1 Jenis Penelitian.....	29
3.1.2 Objek Penelitian.....	29
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	29
3.3 Operasional Variabel	30
3.3.1 Variabel Independen (X)	30
3.3.2 Variabel Dependen (Y)	31
3.4 Teknik Penentuan Sampel	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	33

3.6	Validitas dan Reabilitas Alat Ukur.....	34
3.6.1	Uji Validitas	34
3.6.2	Uji Reabilitas.....	35
3.7	Metode Analisis Data	35
3.7.1	Analisis Kualitatif	35
3.7.2	Analisis Kuantitatif	36

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	37
4.1.1	Uji Validitas.....	37
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	39
4.2	Identitas Konsumen	39
4.3	Distribusi Frekuensi Jawaban Respon	43
4.4	Analisis Regresi Berganda	50

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	56
5.2	Saran	58

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Top Brand Index (TBI) Sabun Mandi Tahun 2009 – 2010..	5
Tabel 2. Top Brand Index (TBI) Sabun Mandi Tahun 2011 – 2012..	6
Tabel 3. Perkembangan Penjualan Sabun Lifebuoy Tahun 2010-2013.....	6
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel, Indikator, Ukuran dan Skala.....	31
Tabel 5. Kriteria Validitas pada Analisis Fakto	35
Tabel 6. Validitas Model Iklan.....	36
Tabel 7. Membeli Validitas Keputusan.....	36
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas <i>Alpha Croanbach</i>	39
Tabel 9. Jenis Kelamin Konsumen	40
Tabel 10. Usia Konsumen	40
Tabel 11. PendidikanKonsumen	41
Tabel 12. PekerjaanKonsumen	41
Tabel 13. PenghasilanKonsumen	42
Tabel 14. Distribusi Frekuensi Pernyataan Responden mengenai Daya Tarik Model Iklan	43
Tabel 15. Distribusi Frekuensi Pernyataan Responden mengenai Kepercayaan Model Iklan	45
Tabel 16. Distribusi Frekuensi Pernyataan Responden mengenai Keahlian Model IKlan	47

Tabel 17. Distribusi Frekuensi Pernyataan Responden mengenai Keputusan Membeli Sabun Lifebuoy.....	49
Tabel 18. Hasil Uji F	52
Tabel 19. Hasil Uji Parsial.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Selebritis yang menjadi <i>endorser</i> iklan kartu prabayar XL Bebas Tahun 2006-2008.....	9
2. Skema Kerangka Pemikiran.....	15

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Uji Coba Jawaban 30 responden
- Lampiran 3 Interpretasi Hasil Validitas
- Lampiran 4 Interpretasi Hasil Reliabilitas
- Lampiran 5 Hasil Kuesioner 100 Responden
- Lampiran 6 Analisis Diskriminan