

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii

BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka pikir	9
1.6 Hipotesis	11

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran	12
2.2 Bauran promosi.....	14
2.3 Periklanan	15
2.3.1. Tujuan Periklanan	13
2.3.2. Anggaran Periklanan.....	14
2.3.3. Pesan Periklanan	15
2.3.4. Pemilihan Media Iklan.....	16
2.3.5. Media Televisi	17
2.3.6. Persepsi	18
2.4 Keputusan Pembelian	25

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian	34
3.2 Populasi Dan Sampel.....	34
3.3 Variabel Penelitian.....	35
3.4 Definisi Operasional Variabel	36
3.5 Penentuan Skala Nilai.....	37

3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	38
3.8 Analisi Data	41

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	44
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	44
4.1.2. Jenis Kelamin Responden	44
4.1.3. Umur Responden	45
4.1.4. Jenis Pekerjaan Responden.....	46
4.1.5. Deskripsi Jawaban Responden	48
4.2 Uji Persyaratan Instrumen.....	58
1. Uji Validitas	58
2. Uji Reliabilitas	59
4.3. Uji Normalitas Dan Homogenitas	61
4.4. Uji Regresi Berganda	64

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	69
5.2 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA