

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	13
1.3.1 Tujuan Penelitian	13
1.3.2 Manfaat Penelitian.....	13
1.4 Kerangka Pemikiran.....	14
1.5 Hipotesis.....	17
II. TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Pengertian Pemasaran	18
2.2 Komunikasi Pemasaran	19
2.3 Iklan	19
2.3.1 Jenis- Jenis Iklan.....	21
2.3.2 Daya Tarik Iklan.....	23
2.3.3 Tujuan Periklanan.....	24
2.4 Iklan pada Media Televisi.....	25
2.4.1 Keunggulan Iklan Televisi.....	26
2.4.2 Kelemahan Iklan Televisi.....	27
2.5 Kesadaran Merek	28
III. METODE PENELITIAN.....	30
3.1 Objek Penelitian.....	30
3.2 Jenis Penelitian.....	30
3.3 Sumber Data.....	30
3.4 Populasi dan Sampel.....	31
3.4.1 Populasi.....	31
3.4.2 Sampel.....	32
3.5 Operasional Variabel Penelitian.....	33

3.6 Skala Pengukuran Variabel	34
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	36
3.8.1 Uji Validitas.....	36
3.8.2 Uji Reliabilitas	37
3.9 Alat Analisis Data.....	37
3.9.1 Analisis Kualitatif.....	37
3.9.2 Analisis Kuantitatif	37
IV PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	39
4.1.1 Sejarah PT Sidomuncul.....	39
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	41
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	42
4.2.1 Uji Validitas	42
4.2.2 Uji Reliabilitas	43
4.3 Analisis Kualitatif	44
4.3.1 Karakteristik Responden	44
4.3.2 Analisis Kualitatif	47
4.4 Analisis Kuantitatif	55
V KESIMPULAN DAN SARAN	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN