

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian .....	11
1.3.1 Maksud Penelitian .....	11
1.3.2 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis .....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN</b>	
<b>HIPOTESIS .....</b>	<b>16</b>
2.1 Tinjauan Pustaka.....	16
2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	16
2.1.2 Teori Stimulus-Respon .....	18
2.1.3 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi .....	20
2.1.3.1 Pengertian Komunikasi .....	20

2.1.3.2 Unsur-Unsur Komunikasi .....	22
2.1.3.3 Proses Komunikasi.....	22
2.1.3.4 Fungsi Komunikasi .....	22
2.1.4 Tinjauan Tentang Strategi Komunikasi Pemasaran .....	24
2.1.4.1 Pengertian Strategi Komunikasi.....	24
2.1.4.2 Komunikasi Pemasaran.....	26
2.1.4.3 Strategi Komunikasi Pemasaran .....	28
2.1.4.4 Fungsi Komunikasi Pemasaran .....	28
2.1.4.5 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	29
2.1.4.6 Jenis-Jenis Model Komunikasi Pemasaran .....	30
2.1.5 Tinjauan Tentang Perilaku Konsumen.....	30
2.1.6 Tinjauan Tentang Keputusan Pembelian .....	31
2.1.6.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	31
2.1.6.2 Indikator Keputusan Pembelian .....	33
2.1.6.3 Struktur Keputusan Pembelian.....	34
2.2 Kerangka Pemikiran .....	35
2.2.1 Kerangka Teoritis .....	35
2.2.2 Kerangka Konseptual .....	38
2.3 Hipotesis. ....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Desain Penelitian .....	41
3.2 Populasi dan Sampel.....	41
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.4 Operasional Variabel .....	45
3.5 Teknik Analisis Data .....	50
3.5.1 Uji Validitas.....	50
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	51
3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana .....	52
3.5.4 Koefisien Determinasi .....	53

3.5.5 Uji Hipotesis .....	53
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	55
3.6.1 Lokasi.....	55
3.6.2 Waktu Penelitian.....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	57
4.1.1 Gambaran Objek Penelitian .....	57
4.1.2 Analisa Hasil Uji Validitas dan Realibilitas .....	58
4.1.3 Analisa Hasil Penelitian .....	61
4.2 Pembahasan .....	140
4.2.1 Pengaruh Iklan Produk Yeo's Cingcau (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y) .....	142
4.2.2 Pengaruh Promosi Penjualan (X2) dengan Keputusan Pembelian .....	144
4.2.3 Pengaruh Personal Selling (X3) dengan Keputusan Pembelian .....	145
4.2.4 Pengaruh Aktivitas Komunikasi Pemasaran (X) dengan Pengenalan Masalah (Y1) .....	146
4.2.5 Pengaruh Aktivitas Komunikasi Pemasaran (X) dengan Pencarian Informasi (Y2) .....	146
4.2.6 Pengaruh Aktivitas Komunikasi Pemasaran (X) dengan Evaluasi Alternatif (Y3) .....	147
4.2.7 Pengaruh Aktivitas Komunikasi Pemasaran (X) dengan Keputusan Pembelian (Y4).....	148
4.2.8 Pengaruh Aktivitas Komunikasi Pemasaran (X) dengan Perilaku Pasca Pembelian (Y5).....	149
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>150</b>
5.1 Kesimpulan.....	150
5.2 Saran .....	151
.....	

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>152</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>155</b>