DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

SURAT PERNYATAAN

KATA PENGANTAR…… iv

ABSTRAK……. viii

ABSTRAC……. ix

DAFTAR ISI……... x

DAFTAR GAMBAR……... xiv

DAFTAR TABEL…… xv

DAFTAR LAMPIRAN…… xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian..... 1

1.2 Identifikasi Masalah..... 5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian..... 6

1.4 Kegunaan Penelitian..... 6

1.4.1 Kegunaan Operasional.....6

1.4.2 P Pengembangan Ilmu 7

1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis..... 8

1.5.1 Kerangka Pemikiran..... 8

1.5.2 Hipotesis..... 12

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian..... 14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Periklanan..... 15

2.1.1 Pengertian Periklanan..... 15

2.1.2 Ciri – Ciri Iklan..... 16

2.1.3 Merancang Pesan Iklan..... 18

2.1.4 Keputusan Program Periklanan..... 24

2.1.5 Jenis – jenis Media Periklanan..... 30

2.1.6 Bentuk – Bentuk Iklan Televisi..... 32

2.1.7 Keunggulan dan Kelemahan Iklan Televisi..... 33

2.2 Perilaku Konsumen…….. 36

2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

2.2.2 Motif – Motif Yang Mendorong Orang Berbelanja..... 37

2.2.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.... 39

2.2.4 Jenis – Jenis Perilaku Pembelian..... 44

2.2.5 Proses Keputusan Pembelian Konsumen..... 45

2.2.6 Pengaruh Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Proses

Keputusan Pembelian Konsumen..... 48

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian..... 49

3.2 Metode Penelitian..... 50

3.2.1 Desain Penelitian..... 50

3.2.2 Operasionalisasi Variabel Penelitian..... 52

3.2.3 Metode Penarikan Sampel..... 55

3.2.3.1 Populasi..... 55

3.2.3.2 Sampel..... 56

3.2.4 Prosedur Pengumpulan Data..... 57

3.2.4.1 Jenis dan Sumber Data..... 57

3.2.4.2 Teknik Pengumpulan Data..... 58

3.2.5 Metode Analisis dan Rancangan Pengujian Hipotesis..... 59

3.2.5.1 Metode Analisis..... 59

3.2.5.2 Rancangan Pengujian Hipotesis..... 68

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan..... 72

4.1.1 Sejarah Singkat PT. HM. Sampoerna Tbk..... 72

4.1.2 Struktur Organisasi PT. HM. Sampoerna Tbk..... 73

4.1.3 Deskripsi Jabatan..... 76

4.2 Pembahasan Penelitian..... 78

4.2.1 Profil Responden……. 78

4.2.2 Tanggapan Responden Tentang Iklan Melalui Media Televisi Pada Rokok Sampoerna……. 82

4.2.3 Tanggapan Konsumen Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen pada Rokok Sampoerna…… 95

4.2.4 Pengaruh Iklan Melalui Media Televisi Tehadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Sampoerna Di Mahasiswa Manajemen.....104

4.2.4.1 Hasil Uji Validitas.....104

4.2.4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....106

4.2.4.3 Analisa Korelasi.....107

4.2.4.4 Koefisien Determinasi.....108

4.2.4.5 Pengujian Hipotesis.....109

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....112

5.2 Saran..... 114

DAFTAR PUSTAKA..... 115

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP