DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN .....

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....

MOTTO .....

ABSTRAK iv

ABSTRACT v

KATA PENGANTAR vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR LAMPIRAN .....

I. PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan rumusan Penelitian 5

1.2.1 Identifikasi Penelitian 5

1.2.2 Rumusan Penelitian 6

1.3 Maksud danTujuan Penelitian 7

1.3.1 Maksud Penelitian 7

1.3.2 Tujuan Penelitian 7

1.4 Kegunaan Penelitian 7

1.4.1 Kegunaan Akademis 8

1.4.2 Kegunaan Praktis 8

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian 9

II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 10

2.1 Kajian Pustaka 10

2.1.1 Promosi 10
2.1.1.1 Pengertian Promosi 10
2.1.1.2 Tujuan Promosi 10
2.1.1.3 Bauran Promosi 11
2.1.2 Periklanan 13
2.1.2.1 Jenis-jenis Media Periklanan 13
2.1.2.2 Menyususn Pesan Periklanan 15
2.1.2.3 Menetapkan Tujuan Periklanan 16
2.1.3 Televisi 17
2.1.3.1 Karakteristik Televisi 18
2.1.3.2 Keunggulan Televisi 19
2.1.3.3 Pengaruh Televisi 19
2.1.4 Televisi Sebagai Media Iklan 20
2.1.4.1 Peranan Iklan Dalam Televisi 22
2.1.4.2 Kelebihan Iklan Melalui Media Televisi 23
2.1.4.3 Kelemahan Iklan Melalui Media Televisi 23
2.1.5 Tinjauan Tentang Sikap Konsumen 25
2.1.5.1 Pengertian Sikap 25
2.1.5.2 Jenis-jenis Fungsi Sikap 26
2.1.5.3 Karakteristik Sikap 27
2.1.5.4 Komponen Sikap 28
2.1.6 Hubungan Sikap dengan Iklan 31
2.1.7 Penelitian Terdahulu 33

2.2 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis 37
2.2.1 Kerangka Pemikiran 37
2.2.2 Hipotesis 47

III. OBJEK DAN METODE PENELITIAN 48
3.1 Objek Penelitian 48
3.2 Metode Penelitian 48
3.2.1 Desain Penelitian 49
3.2.2 Operasional Variabel 50
3.2.3 Metode Penarikan Sampel 53
3.2.3.1 Populasi 53
3.2.3.2 Sampel 53
3.2.4 Jenis dan Pengumpulan Data 55
3.2.4.1 Jenis Data 55
3.2.4.2 Metode Pengumpulan Data 55
3.2.5 Metode Analisis dan Perancangan Hipotesis 57
3.2.5.1 Metode Analisis 57
3.2.5.1.1 Uji Validitas 57
3.2.5.1.2 Uji Reliabilitas 61
3.2.5.1.3 Analisis Deskriptif 64
3.2.5.1.4 Analisis Verifikatif 67
3.2.5.1.4.1 Transformasi Data 67

3.2.5.1.4.2 Analisis regresi linier sederhana 69
3.2.5.1.4.3 Korelasi Product Moment..... 70
3.2.5.1.4.4 Koefisien Determinasi 71

3.2.5.2 Perancangan Hipotesis 72
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN..... 75
4.1 Hasil Penelitian 75
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan 75
4.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 77
4.1.3 Job Description 79
4.1.4 Aspek Perusahaan 92
4.2 Pembahasan Penelitian..... 93
4.2.1 Profil Responden 93
4.2.2 Tanggapan responden terhadap iklan melalui media televisi (x) 99
4.2.3 Hasil *Scoring* Kuesioner Iklan Melalui Media Televisi 110
4.2.4 Tanggapan responden terhadap sikap konsumen (y)..... 112
4.2.5 Hasil *Scoring* Keusioner Sikap Konsumen..... 120

4.3 Analisis Pengaruh Iklan Melalui Media Televisi Terhadap Sikap Konsumen 121
4.3.4 Analisis Regresi 121

4.3.5 Analisis Korelasi 125
4.3.6 Analisis Koefisien Determinasi 126
4.3.7 Pengujian Hipotesis 127

V. KESIMPULAN DAN SARAN 130
5.1 Kesimpulan 130
5.2 Saran 131

DAFTAR PUSTAKA 135