DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN i

PERNYATAAN KEASLIAN ii

MOTTO iii

ABSTRAK iv

KATA PENGANTAR v

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xii

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah 5

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian 6

1.4 Kegunaan Hasil Penelitian 6

1.5 Waktu dan Jadwal Penelitian 7

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Promosi 9

2.1.1 Pengertian Promosi 9

2.1.2 Bauran Promosi 10

2.2 Periklanan 11

2.2.1 Pengertian Periklanan 11

2.2.2 Mengembangkan Dan Mengelola Program Periklanan 13

2.2.3 Fungsi Dan Tujuan Periklanan 13

2.2.4 Pesan Periklanan 15

2.2.5 Jenis-Jenis Media Periklanan 18

2.2.6 Iklan Di Media Surat kabar 21

2.2.7 Kekuatan Dan Kelemahan Surat Kabar 23

2.3 Kerangka Pemikiran 25

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian 30

3.2 Metode Penelitian 30

3.2.1 Desain Penelitian 30

3.2.2 Operasionalisasi Variabel 31

3.2.3 Metode Penarikan Sampel 32

3.2.3.1 Populasi 32

3.2.3.2 Sampel 33

3.2.4 Jenis Dan Metode Pengumpulan Data 34

3.2.5 Metode Analisis 36

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 39

4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan 39

4.1.1.1 Sejarah Perusahaan 39

4.1.1.2 Struktur Organisasi Perusahaan 40

4.1.1.3 Deskripsi Jabatan 41

4.1.1.4 Aspek Kegiatan Perusahaan 47

4.2 Pembahasan Penelitian 48

4.2.1 Profil Responden 48

4.2.1.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 48

4.2.1.2 Profil Responden Berdasarkan Usia 49

4.2.1.3 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan...51

4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Periklanan Melalui Surat Kabar Pada PT. Perdana Motor Cimahi 52

4.2.2.1 Tanggapan Responden Terhadap Isi Pesan 53

4.2.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Format pesan 58

4.2.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Sumber Pesan 62

4.2.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Struktur Pesan 67

4.2.3 Tanggapan Responden Terhadap Periklanan Melalui Media surat Kabar Pada PT. Perdana Motor Cimahi 72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....77

5.2 Saran 78

DAFTAR PUSTAKA 79