DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN. …….....……....……....……....……....……... i

SURAT PERNYATAAN.....……....……....……....…….. ……....……....……... ii

MOTTO……....……....……....……....……....……....……....……... iii

ABSTRAK…....……....……....……....……....……....……....……... iv

ABSTRACT..……....……....……....……....……....……....……....……... v

KATA PENGANTAR……..……....…….. …….. ……....……....……....……... vi

DAFTAR ISI ……....…….. ……....…….. ……....……..……....……..... ix

DAFTAR GAMBAR……....……....……....……....……....……....……....……... xiii

DAFTAR TABEL… ……....……....…….. ……....……....……....……....……... xiv

DAFTAR LAMPIRAN……..……....……....……....……....……....……... xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian……..……....……....……....……... 1

1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah……....……....……... 7

1.2.1 Identifikasi Masalah……..……....……....……....……... 7

1.2.2Rumusan Masalah.. ……....…….....……....……... 7

1.3.Maksud dan Tujuan Penelitian… ……....……....……....……... 8

1.3.1 Maksud Penelitian..……....……....……....……....……... 8

1.3.2Tujuan Penelitian... ……....……....……....……....……... 8

1.4. Kegunaan Penelitian…... ……....……....……....……....……... 9

1.4.1. Kegunaan Praktis.. ……....……....……....……....……... 9

1.4.2. Kegunaan Akademis……. ……....……....……....……... 10

1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian…..……....……....……....……... 11

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka.... ……...……...……...……...……... 12

2.1.1Periklanan…...……...……...……...……...……...……12

2.1.1.1Pengertian Periklanan……...……...……..... 12

2.1.1.2Langkah- Langkah Dalam Iklan……...……..... 15

2.1.1.3 Tujuan Iklan…….. 18

2.1.1.4 Manfaat Periklanan……... 20

2.1.2.1Pengertian Persepsi……...……...……...……...……... 22

2.1.3KeputusanPembeliaan konsumen.. ……...……...……... 27

2.1.3.1Pengertian Keputusan Pembeliaan ……...……... 27

2.1.3.2Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen…….... 28

2.1.3.3Jenis Prilaku Pembelian Konsumen…….. 30

2.1.3.4Pihak – Pihak Yang Berperan Dalam Pengambilan Keputusan……. 31

2.1.3.5 Proses Pengambilan Keputusan……... 32

2.1.4Keterkaitan Periklanan dan Persepsi Konsumen

dengan Keputusan Pembelian Konsumen..……...……... 36

2.1.4.1Keterkaitan Periklanandengan Keputusan

Pembelian...……...……...……...……...……... 36

2.1.4.2KeterkaitanPersepsi Konsumendengan Keputusan

Pembelian...……...……...……...……...……... 36

2.2. Kerangka Pemikiran……...……...……...……...……... 46

2.3. Hipotesis. ……...……...……...……...……...……... 47

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian..……...……...……...……...……... 48

3.2. Metode Penelitian…….. ……...……...……...……... 49

3.2.1Desain Penelitian… ……...……...……...……... 50

3.2.2Operasionalisasi Variabel... ……...……...……... 52

3.2.3Sumber dan Teknik Penentuan Data…….. ……...……... 56

3.2.3.1Sumber Data (Primer dan Sekunder)……. ……... 56

3.2.3.2Teknik Penentuan Data (Penentuan sampel minimal)…….……...……...……...……... 56

3.2.4Teknik Pengumpulan Data. ……...……...……...……... 58

3.2.4.1 Uji Validitas……...……...……...……... 60

3.2.4.2Uji Reliabilitas….. ……...……...……...……... 62

3.2.5Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis…… ……... 68

3.2.5.1 Rancangan Analisis…….. ……...……...……... 68

3.2.5.2 Pengujian Hipotesis…….. ……...……...……... 75

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan……...……...……...……... 79

4.1.1Sejarah Perusahaan ……...……...……... ……... 79

4.1.2Struktur Organisasi Perusahaan……...……...……..... 81

4.1.3Uraian Tugas (*Job Description*)……...……...……..... 82

4.1.4Aktivitas Perusahaan…….. ……...……...……...……... 86

4.2. Pembahasan Penelitian……...……...……...……...……... 87

4.2.1Karakteristik Responden… ……...……...……...……... 87

4.3. Analisis Deskriptif……. ……...……...……...……...……... 91

4.3.1Tanggapan Responden Terhadap Iklan……..... 91

4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Konsumen….. 101

4.3.3Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian... 109
4.4. Analisis Verifikatif……..……...……...……...……... 117
4.4.1Pengaruh Periklanan dan Persepsi KonsumenTerhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Simultan Dan Persial……... 119
4.5. Pengujian Hipotesis……..……...……...……...……...124

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1. Kesimpulan……..……...……...……...……...……... 129
5.2. Saran……...……...……...……...……...……... 130

DAFTAR PUSTAKA……...……...……...……...……...……...……... 131

LAMPIRAN-LAMPIRAN