DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR JUDUL

LEMBAR PENGESAHAN.....i

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....ii

MOTTO.....iii

ABSTRAK.....iv

***ABSTRACT*.....v**

KATA PENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI..... viii

DAFTAR TABEL.....xi

DAFTAR GAMBAR.....xiii

DAFTAR LAMPIRAN.....xiv

BAB I PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang 1
1.2. Identifikasi dan Rumusan Masalah 8
1.2.1 Identifikasi Masalah 8
1.2.2 Rumusan Masalah 8
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....9
1.3.1 Maksud Penelitian.....9
1.3.2 Tujuan Penelitian 9
1.4. Kegunaan Penelitian.....10
1.4.1 Kegunaan Akademis 10
1.4.2 Kegunaan Praktis 10
1.5. Lokasi dan Waktu Penelitian 11
1.5.1 Lokasi Penelitian.....11
1.5.2 Waktu Penelitian.....11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA
2.1.Tinjauan Pustaka 12
2.1.1 Periklanan.....12

2.1.1.1 Definisi Periklanan 12
2.1.1.2 Indikator Periklanan 13
2.1.1.3 Tujuan Periklanan 14
2.1.1.4 Jenis-Jenis Perikalanan 14
2.1.1.5 Media Periklanan 16
2.1.1.6 Ciri-Ciri Khas Periklanan 17
2.1.2 Promosi Penjualan 18
2.1.2.1 Definisi Promosi Penjualan 18
2.1.2.2 Indikator Promosi Penjualan 18
2.1.2.3 Tujuan Promosi Penjualan 19
2.1.2.4 Ciri-Ciri Promosi Penjualan 20
2.1.2.5 Media Promosi Penjualan 20
2.1.3 Citra Perusahaan 22
2.1.3.1 Definisi Citra Perusahaan 22
2.1.3.2 Indikator Citra Perusahaan 22
2.1.3.3 Arti Penting Citra Perusahaan 24
2.2 Penelitian Terdahulu 25
2.3 Kerangka Pemikiran 30
2.3.1 Keterkaitan Antar Variabel 30
2.3.2 Keterkaitan Periklanan Terhadap Citra Perusahaan 33
2.3.3 Keterkaitan Promosi Penjualan Terhadap Citra Perusahaan 34
2.3.4 Keterkaitan Periklanan dan Promosi Penjualan Terhadap Citra Perusahaan 35
2.3.5 Paradigma Kerangka Pemikiran 37
2.4 Hipotesis 37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN
3.1 Objek Penelitian 39
3.2 Metode Penelitian 39
3.2.1 Desain Penelitian 40
3.2.2 Operasional Variabel 42
3.2.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 46
3.2.3.1 Sumber Data 46
3.2.3.2 Teknik Penentuan Data 46
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data 48
3.2.4.1 Uji MSI 49
3.2.4.2 Uji Validitas 51
3.2.4.3 Uji Reliabilitas 52
3.2.5 Rancangan Analisis dan Pengujian Hipotesis 54
3.2.5.1 Rancangan Analisis 54
3.2.5.1.1 Analisis Deskriptif 54
3.2.5.1.2 Analisis Verifikatif 56
3.2.5.2 Pengujian Hipotesis 63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Hasil Penelitian 68
4.1.1 Sejarah Perusahaan 68
4.1.2 Visi, Misi Perusahaan 69
4.1.2.1 Visi PT.Kaylla Putra Pratama 69

4.1.2.2 Misi PT.Kaylla Putra Pratama 69
4.1.2.3 Tujuan PT.Kaylla Putra Pratama 70
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan 71
4.1.4 Deskripsi Jabatan 73
4.1.5 Aspek Kegiatan Perusahaan..... 76
4.2 Pembahasan Penelitian..... 77
4.2.1 Karakteristik Responden..... 77
4.2.2 Data Responden 80
4.3 Analisis Deskriptif..... . 81
4.3.1 Variabel Periklanan (X1)..... 82
4.3.2 Variabel Promosi Penjualan (X2)..... 86
4.3.3 Variabel Citra Perusahaan (Y)..... 97
4.4 Analisis Verifikatif.....101
4.4.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....101
4.4.2 Uji Asumsi Klasik..... 104
4.4.3 Uji Koefisien Korelasi Pearson..... 110
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi..... 113
4.4.5 Pengujian hipotesis secara simultan (uji-F)..... 117
4.4.6 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t**)**..... 119
4.4.6.1 Pengujian Hipotesis Periklanan Terhadap Citra Perusahaan..... 120
4.4.6.2 Pengujian Hipotesis Promosi Penjualan Terhadap Citra Perusahaan..... 123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN
5.1 Kesimpulan..... 126
5.2 Saran.....127

DAFTAR PUSTAKA .....

LAMPIRAN.....