

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRAK	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
BAB I I	
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	5
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II	8
TINJAUAN PUSTAKA, HIPOTESIS DAN KERANGKA KONSEP	8
2.1 Tinjauan Pustaka.....	8
2.1.1 Periklanan	8
2.1.2 Tujuan Iklan.....	9
2.1.3 Efek Periklanan.....	10
2.1.4 Media Iklan	11
2.1.5 Televisi.....	14
2.1.6 Karakteristik Televisi.....	14
2.1.7 Teori AIDCA	16
2.1.8 Keputusan Pembelian	18
2.1.9 Indikator Keputusan Pembelian.....	18

2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
2.3	Kerangka Konsep.....	22
3.1	Hipotesis.....	22
BAB III.....		24
METODELOGI PENELITIAN.....		24
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
3.2	Pendekatan Penelitian.....	24
3.3	Metode Penelitian.....	24
3.4	Definisi Variabel dan Operasional Variabel.....	25
3.5	Populasi dan Sampel.....	27
3.6	Pengukuran dan Pengamatan Variabel Penelitian.....	29
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.8	Teknik Analisis Data.....	30
3.9	Uji Validitas dan Reabilitas.....	32
3.10	Hasil Uji Validitas.....	34
3.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	37
BAB IV.....		39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.3	Rekapitulasi Variabel X dan Y.....	63
4.4	Uji Regresi Liner Sederhana.....	65
4.5	Uji Hipotesis.....	69
4.6	Pembahasan Hasil Penelitian.....	70
BAB V.....		75
KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
Daftar Pustaka.....		77
Lampiran.....		80

