

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN.....	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	12
C. Pembatasan Masalah.....	13
D. Rumusan Masalah.....	13
E. Tujuan Penelitian.....	13
F. Manfaat Penelitian.....	13

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP

A. tinjauan pustaka	15
1. Periklan	15
a. Pengertian Iklan	15
b. Fungsi dan Tujuan Iklan	17
c. Jenis Iklan	18
d. Tipe Iklan.....	20
2. Iklan Media Televisi.....	20
a. Fungsi Iklan Televisi	22
b. Elemen-elemen Iklan Televisi	22
c. Karakteristik Televisi	23
d. Kelebihan Iklan Televisi.....	25
e. Kekurangan Iklan Televisi.....	27
3. Keputusan Pembelian Konsumen.....	30
a. Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen	30
b. Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	31
B. Penelitian Terdahulu	33
C. Kerangka Pemikiran	35
D. Hipotesis	36

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
-------------------------------------	----

B. Pendekatan Penelitian	37
C. Metode Penelitian	37
D. Operasional Variabel	38
E. Populasi dan Sampel	41
F. Teknik Pengumpulan Data	44
G. Teknik Analisis Data	44
H. Uji Validitas dan Relibilitas	46

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Deskripsi Hasil Penelitian	54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	93
B. Saran	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN