

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
UCAPAN TERIMAKASIH	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Tinjauan Pustaka	8
1. Iklan	8
2. Iklan Televisi	11
3. Loyalitas	15
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Hipotesis	23
D. Kerangka Konsep	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	25
A. Tempat dan Waktu Penelitian	25
B. Pendekatan Penelitian	25
C. Metode Penelitian	25
D. Jenis Penelitian	26
E. Variabel dan Devinisi Operasional Variabel	26
F. Populasi dan Sampel	28
1. Populasi	28
2. Sampel	28
G. Teknik Pengumpulan Data	30
H. Teknik Analisis Data	31
I. Uji Validitas dan Reliabilitas	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reliabilitas	33
J. Uji Hipotesis (Uji t)	34

K. Uji Validitas	34
1. Uji Validitas Variabel X (Iklan Televisi)	35
2. Uji Validitas Variabel Y (<i>Brand Loyalty</i>)	36
L. Hasil Uji Realibilitas	36
1. Uji Realibilitas Variabel X (Desain Visual)	36
2. Uji Realibilitas Variabel Y (Minat Beli)	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	38
1. Iklan Televisi Indomie Goreng Versi Goreng Semangatmu	38
2. Deskripsi Data Iklan Indomie Goreng Versi Goreng Semangatmu	40
B. Hasil Penelitian	45
1. Identitas Responden	45
2. Pernyataan Variabel X (Desain Visual)	45
3. Pernyataan Variabel Y (Minat Beli)	51
4. Uji Regresi Linier Sederhana	60
5. Uji Hipotesis	62
C. Pembahasan Hasil Penelitian	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
A. Kesimpulan	68
B. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	