

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I

PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah perusahaan.....	1
1.1.2 Visi Misi.....	2
1.2 Latar Belakang.....	3
1.3 Perumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Kegunaan Penelitian	14
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	15

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Rangkuman Teori.....	16

2.1.1	Manajemen pemasaran.....	16
2.1.2	Bauran pemasaran.....	17
2.1.3	Promosi	18
2.1.4	Bauran promosi	18
2.1.5	Iklan Televisi	21
2.1.6	Perilaku Konsumen.....	29
2.1.7	Keputusan pembelian konsumen	30
2.2	Kerangka Pemikiran.....	33
2.3	Hipotesis Penelitian	35

BAB III

METODE PENELITIAN	37
3.1 Jenis penelitian.....	37
3.1.1 Jenis Data	38
3.1.2 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.1.3 Skala Pengukuran.....	39
3.2 Variabel Operasional.....	40
3.3 Populasi dan Sampel	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel dan Teknik Sampling	42
3.4 Pengumpulan Data	43
3.4.1 Uji Validitas	44
3.4.2 Uji Realibilitas	45
3.4.3 Method Succesive Interval (MSI)	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	45
3.5.1 Analisis Deskriptif	45
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.5.3 Analisis Regresi Sederhana.....	47
3.5.4 Analisis Korelasi	48
3.5.5 Pengujian Hipotesis.....	48

BAB IV

PEMBAHASAN	50
4.1 Karakteristik Responden.....	50
4.2 Hasil Penelitian	53
4.2.1 Validitas	53
4.2.2 Reabilitas.....	54
4.2.3 Uji asumsi klasik.....	54
4.2.4 Analisis deskriptif	56
4.2.5 Uji T	60
4.2.6 Analisis regresi sederhana.....	61
4.2.7 Uji R.....	62
4.2.8 Korelasi	63

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran	65
5.2.1 Bagi perusahaan	65
5.2.2 Bagi penelitian selanjutnya	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71