DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Sampul Depan Skripsi i
Halaman Judul Skripsi ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme iii
Halaman Pengesahan Skripsi iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi v
Abstrak vi
Halaman Motto vii
Halaman Persembahan viii
Kata Pengantar ix
Daftar Isi xii
Daftar Tabel xiv
Daftar Lampiran xv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Tujuan Penelitian 3
1.4 Manfaat Penelitian 4

BAB II KAJIAN PUSTAKA 5
2.1 Penelitian Terdahulu 5
2.2 Landasan Teori 7
2.2.1 Definisi Lazarus Theory 7
2.2.2 Definisi Pemasaran Sosial 10
2.2.3 Definisi Advertising 13
2.2.4 Definisi Public Service Advertising 17
2.2.5 Pengertian Perilaku Prososial 20
2.2.6 Definisi Emosi Negatif 22
2.2.7 Definisi Empati 24
2.2.8 Kerangka Pemikiran 25

BAB III METODE PENELITIAN 27
3.1 Lokasi Penelitian 27
3.2 Populasi dan Sampel 27
3.2.1 Populasi 27
3.2.2 Sampel 27
3.3 Variabel dan Definisi Operasional Variabel 29
3.4 Data dan Tekhnik Pengumpulan Data 35
3.4.1 Data Primer 35
3.4.2 Uji Instrumen 36
3.5 Metode Analisis Data 37

BAB IV ANALISIS DATA 41
4.1 Pendahuluan 41
4.2 Uji Instrumen 41
4.2.1 Uji Validitas 44
4.2.2 Uji Reliabilitas 46
4.3 Analisis Deskriptif 47
4.3.1 Karakteristik Responden 47
4.3.1.1 Jenis Kelamin Responden 47
4.3.1.2 Tingkat Usia 48
4.3.1.3 Jenis Pekerjaan 49
4.4 Menghitung Angka Indeks Persepsi Konsumen 50
4.5 Analisis Inferensial 54
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda 60
4.6.1 Analisis Koefisien Korelasi Berganda 61
4.6.2 Analisis Koefisien Regresi Secara Serentak 62

BAB V KESIMPULAN dan SARAN 62
5.1 Kesimpulan 64
5.2 Saran .....

Daftar pustaka
Lampiran

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

4.1 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Expected 42
4.2 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Performance 43
4.3 Hasil Uji Validitas Pertanyaan Keputusan Untuk Membantu 44
4.4 Hasil Uji Reliabilitas Pertanyaan Expected 45
4.5 Hasil Uji Reliabilitas Pertanyaan Performance 45
4.6 Hasil Uji Reliabilitas Pertanyaan Keputusan Untuk Membantu 46
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 47
4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Usia 48
4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan 48
4.10 Penilaian Indeks Persepsi Audiens 49
4.11 Skor Interval 51
4.12 Penilaian Atribut Iklan Yang diharapkan Dengan Atribut Iklan yang Dirasakan 51
4.13 Hasil Uji Koefisien Regresi Variabel Independent Terhadap Variabel Dependen 56
4.14 Hasil Uji Anova 61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Daftar Pertanyaan Untuk Responden

Lampiran B. Tabel Nilai Validitas dan Reliabilitas

Lampiran C. Hasil Perhitungan Indeks Persepsi

Lampiran D. Tabel Hasil Perhitungan Kuesioner

Lampiran E. Validitas dan Reliabilitas

Lampiran F. Regresi