DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ii
HALAMAN PERSETUJUAN ii
HALAMAN PENGESAHAN iii
HALAMAN PERNYATAAN ..... **Error! Bookmark not defined.**
HALAMAN MOTTO v
HALAMAN PERSEMBAHAN vi
KATA PENGANTAR viii
DAFTAR ISI x
ABSTRAK xii
ABSTRACT xiii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.5 Tinjauan Pustaka 6
1.6 Kerangka Teori 12
1.7 Hipotesis 18
1.8 Definisi Konseptual dan Operasional 19
1.9 MetodePenelitian 22
BAB II 27
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN 27
2.1 Profil Harry Tanoe 27
2.1 Profil Partai Perindo 27
2.3 Gambaran Iklan “Partai Perindo di Televisi 29
2.4 Gambaran Pedagang Kaki Lima Daerah Sumberejo Kota Balikpapan 33
BAB III 35
TEMUAN PENELITIAN 35
3.1 Identitas Responden 35

3.2 Frekuensi Persebaran Kuesioner 36
3.3 Hubungan Pengaruh Terpaan Iklan (X1) Terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di dalam Iklan Partai Perindo(Y) 61
3.4 Hubungan Pencitraan Politik (X2) Terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di dalam Iklan Partai Perindo(Y) 62
3.5 Hubungan Terpaan Iklan (X1) dan Pencitraan Politik (X2) Terhadap Tingkat Kepercayaan Pedagang pada Harry Tanoe di dalam Iklan Partai Perindo(Y) 63
BAB IV 65
PEMBAHASAN 65
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian 65
4.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 68
4.3 Pembahasan dan Implikasi 73
BAB V 83
PENUTUP 83
5.1 Kesimpulan 83
5.2 Keterbatasan Penelitian 84
5.3 Saran 84
Daftar Pustaka 85
Lampiran: 88
a. Matriks Kerja 89
b. Kuesioner Penelitian 91
c. Jawaban Kuesioner 95
d. Tabel Distribusi Frekunsi 101
e. Uji Validitas 107
f. Uji Realibilitas 110
g. `Uji Analisis Regresi Berganda 111
h. Crosstabs 112