DAFTAR ISI

Halaman Judul i
Halaman Sampul Depan Skripsi ii
Halaman Judul Skripsi iii
Halaman Peryataan Bebas Plagiarisme iv
Halaman Pengesahan Skripsi v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi vi
Halaman Motto vii
Halaman Persembahan viii
ABSTRAKSI ix
Kata Pengantar x
Daftar Isi xiii
Daftar Tabel xvi
Daftar Gambar xvii
Daftar Lampiran xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah 1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian 4
1.3 Batasan Masalah 4
1.4 Tujuan Penelitian 5
1.5 Manfaat Penelitian 5

BAB II LANDASAN TEORI 7

2.1 Penelitian Terdahulu 7

2.2 Pengertian Pemasaran 8

2.3 Konsep Pemasaran 9

2.4 Pengertian Bauran Pemasaran 10

2.5 Pengertian Bauran Promosi 11

2.6 Periklanan 12

2.7 Jenis-jenis Iklan 19

2.8 Pengertian Kreativitas 22

2.9 Strategi Kreativitas dalam Periklanan 23

2.10 Struktur Iklan dan Rumus AIDCA 27

2.11 Teknik-teknik Visual dalam Iklan Televisi 29

2.12 Minat Beli Konsumen 31

2.13 Kerangka Teoritis 31

2.14 Hipotesis 32

BAB III METODE PENELITIAN, LOKASI PENELITIAN DAN GAMBARAN PERUSAHAAN 34

3.1 Lokasi Penelitian 34

3.2 Gambaran Umum Perusahaan 35

3.3 Variabel Penelitian 36

3.4 Definisi Operasional Variabel 37

3.5 Instrumen/ Alat Pengumpul Data 38

3.6 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data 43
3.7 Populasi dan Sampel Penelitian 44
3.8 Metode Analisis Data 47

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN 51
4.1 Analisis Kualitatif 51
4.2 Analisis Kuantitatif 54

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 68
5.1 Kesimpulan 68
5.2 Saran 69
Daftar Pustaka 70
Lampiran 72

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

3.1 Hasil Uji Validitas 40

3.2 Hasil Uji Reliabilitas 42

4.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin 51

4.2 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Usia 52

4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan 53

4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Pekerjaan 53

4.5 Koefisien Regresi Variabel Bebas 54

4.6 Hasil Uji Signifikan Model Regresi Linier Berganda 58

4.7 Hasil Uji t 65

4.8 Hasil Uji Beta 66

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar

2.1 Kerangka Pemikiran 32

3.1 Data Statistik Jumlah Penduduk 34

3.2 Data Statistik Mata Pencaharian Penduduk 35

3.3 Data Statistik Tingkat Penghasilan Penduduk 35

4.1 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji F 58

4.2 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Variabel Tata Suara 60

4.3 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Variabel Model Iklan 61

4.4 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Variabel Dialog 62

4.5 Daerah Penerimaaan dan Penolakan Uji Variabel Tampilan Gambar ... 63

4.6 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Variabel Tema Iklan 64

4.7 Daerah Penerimaan dan Penolakan Uji Variabel Slogan 65

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Lampiran

A. Kuisoner 72

B. Uji Validitas dan Reliabilitas Tata Suara 78

C. Uji Validitas dan Reliabilitas Model Iklan 79

D. Uji Validitas dan Reliabilitas Dialog Iklan 80

E. Uji Validitas dan Reliabilitas Tampilan Gambar 81

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Tema Iklan 82

G. Uji Validitas dan Reliabilitas Slogan Iklan 83

H. Uji Validitas Minat Beli 84

I. Uji Reliabilitas Minat Beli 85

J. Tabel r Product Moment (satu sisi) 86

K. Rekapitulasi Data 96 Responden 88

L. Analisis Regresi Linier Berganda 91

M. Tabel F (5%) 92

N. Tabel Distribusi t 95