

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Sejarah Perusahaan.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	3
1.2 Latar Belakang Masalah	4
1.3 Perumusan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Tugas Akhir	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Rangkuman Teori.....	12
2.1.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	12
2.1.2 Bauran Pemasaran	12
2.1.3 Bauran Promosi	14
2.1.4 Pengertian Periklanan	15
2.1.5 Tujuan Periklanan	16
2.1.6 Iklan Televisi	17
2.1.7 Kelebihan Iklan Televisi	17
2.1.8 Kelemahan Iklan Televisi	18

2.1.9 Keputusan Pembelian.....	19
2.1.10 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
2.3 Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Variabel Operasional.....	30
3.2.1 Sumber Variabel Operasional.....	31
3.2.2 Skala Operasional.....	35
3.3 Tahapan Penelitian	37
3.4 Populasi dan Sampel	38
3.4.1 Populasi.....	38
3.4.2 Sampel.....	38
3.4.3 Teknik <i>Sampling</i>	39
3.5 Pengumpulan Data	40
3.5.1 Sumber Data	40
3.5.2 Metode Pengumpulan Data	40
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.6.1 Uji Validitas.....	41
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	42
3.7.1 Statistik Deskriptif	42
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	44
3.7.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	44
3.7.4 Uji t (Uji Parsial)	44
3.7.5 Koefisien Determinasi	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	46
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Pembahasan Validitas dan Reliabilitas	51

4.2.2 Analisi Deskriptif	52
4.2.3 Uji Normalitas	56
4.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	57
4.2.5 Uji t.....	58
4.2.6 Koefisien Determinasi	60
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 3.1 Variabel Operasional	31
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert	36
Tabel 3.3 Kategori Skor Jawaban.....	43
Tabel 4.1 Validitas Iklan Televisi dan Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.3 Hasil Analisa Variabel Iklan Televisi	53
Tabel 4.4 Hasil Analisis Variabel Keputusan Pembelian (Y)	54
Tabel 4.5 Uji Normalitas.....	56
Tabel 4.6 Regresi Linier Sederhana	58
Tabel 4.7 Uji t.....	59
Tabel 4.8 Uji R	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Perusahaan.....	3
Gambar 1.2 Iklan Bukalapak.com Melalui Televisi	9
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	19
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 3.1 Tahapan Penelitian	37
Gambar 3.2 Persentase Dalam Garis Kontinum.....	43
Gambar 4.1 Diagram Persentase Jenis Kelamin	46
Gambar 4.2 Diagram Persentase Usia.....	47
Gambar 4.3 Diagram Persentase Pendidikan Terakhir	47
Gambar 4.4 Diagram Persentase Pekerjaan.....	48
Gambar 4.5 Diagram Persentase Penghasilan Perbulan	49
Gambar 4.6 Diagram Persentase Sudah Berapa Kali Mengunjungi Situs.....	49
Gambar 4.7 Diagram Persentase Frekuensi Menonton Televisi	50
Gambar 4.8 Garis Kontinum Variabel Iklan Televisi	54
Gambar 4.9 Garis Kontinum Variabel Keputusan Pembelian.....	55
Gambar 4.10 Uji Normalitas.....	57