# DAFTAR ISI

**ABSTRAK** ..... **i**

***ABSTRACT*** ..... **ii**

**KATA PENGANTAR** ..... **iii**

**DAFTAR ISI** ..... **vi**

**DAFTAR GAMBAR** ..... **x**

**DAFTAR TABEL** ..... **xii**

**DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG** ..... **xiii**

**DAFTAR ISTILAH** ..... **xiv**

**Bab I Pendahuluan** ..... **1**

I.1 Latar Belakang ..... 1

I.2 Perumusan Masalah ..... 9

I.3 Tujuan Penelitian ..... 9

I.4 Manfaat Penelitian ..... 10

I.5 Batasan Penelitian ..... 10

**Bab II Kajian Pustaka** ..... **11**

II.1 Periklanan ..... 11

II.1.1 Definisi Iklan ..... 11

II.1.2 Keputusan Penting Dalam Iklan ..... 12

II.1.3 Iklan Televisi ..... 14

II.1.4 Sikap Terhadap Iklan ..... 15

II.2 *Hierarchy of Effect Model* ..... 16

II.3 Metode – Metode Penelitian ..... 19

II.4 *Experimental Design* ..... 20

II.4.1 *Quasi Experiment Design* ..... 24

II.5 Penelitian Terdahulu ..... 27

II.5.1 Studi mengenai Pengaruh Iklan Televisi terhadap Minat Beli Sabun Mandi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Malikussaleh. ..... 27

II.5.2 Studi mengenai Peran Penambahan Jumlah Endorser terhadap Perubahan Persepsi Responden Akan Kekuatan Iklan.. ..... 28

II.5.3 Studi mengenai Perbandingan antara Hubungan Sikap Khalayak .....pada Iklan dengan Teknik Animasi dan *Live Action* terhadap sikap ...khalayak pada Merek.....29

**Bab III Metodologi Penelitian.....31**

III.1 Model Konseptual .....31

III.2 Identifikasi Variabel Penelitian.....32

III.3 Perumusan Hipotesis.....34

III.3.1 Hipotesis Penelitian .....34

III.3.2 Hipotesis Statistik .....34

III.4 Sistematika Penyelesaian Masalah.....35

III.4.1 Tahap Pendahuluan .....36

III.4.2 Tahap Awal Pengumpulan Data .....36

III.4.2.1 Operasionalisasi Variabel Penelitian .....36

III.4.2.2 Identifikasi Jenis Desain Eksperimental.....40

III.4.2.3 Identifikasi Unit Analisis.....41

III.4.2.4 Desain Eksperimen .....42

III.4.2.5 Desain Kuesioner.....44

III.4.2.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....45

III.4.3 Tahap Pengumpulan Dan Pengolahan Data.....45

III.4.3.1 Pelaksanaan Eksperimen .....45

III.4.3.2 Pengolahan Data .....46

III.4.4 Tahap Analisis .....47

III.4.5 Tahap Rekomendasi.....48

III.4.6 Tahap Kesimpulan dan Saran .....48

**Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data .....49**

IV.1 Tahap Awal Pengumpulan Data.....49

IV.1.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas .....49

IV.2 Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data.....52

IV.2.1 Pengumpulan Data .....52

IV.2.2 Pengolahan Data .....54

IV.2.2.1 Frekuensi waktu yang paling sering digunakan partisipan untuk menonton televisi.....54

IV.2.2.2 Frekuensi acara televisi yang paling sering ditonton.....57

IV.2.2.3 Frekuensi stasiun televisi yang paling sering ditonton.....59

**Bab V Analisis .....62**

V.1 Analisis Perbandingan Minat Beli Antara Partisipan yang Melihat Tayangan Iklan Speedy dengan Partisipan yang Tidak Melihat ...Tayangan Iklan Speedy.....62

V.2 Analisis Deskriptif .....63

V.2.1 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Masing-Masing Tahapan dalam *Hierarchy of Effect Model* .....64

V.2.1.1 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Tahapan *Awareness*.....64

V.2.1.2 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Tahapan *Knowledge* .....67

V.2.1.3 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Tahapan *Liking*.....69

V.2.1.4 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Tahapan *Preference* .....71

V.2.1.5 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Tahapan *Conviction* .....74

V.2.1.6 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Tahapan *Purchase*.....76

V.2.2 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Masing-Masing Pernyataan Dalam Tahapan-Tahapan *Hierarchy of Effect Model*.....79

V.2.2.1 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Masing-Masing Pernyataan Dalam Tahapan *Awareness* .....79

V.2.2.2 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Masing-Masing Pernyataan Dalam Tahapan *Knowledge* .....82

V.2.2.3 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Masing-Masing Pernyataan Dalam Tahapan *Liking* .....84

V.2.2.4 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Masing-Masing Pernyataan Dalam Tahapan *Preference* .....86

V.2.2.5 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Masing-Masing Pernyataan Dalam Tahapan *Conviction* .....88

V.2.2.6 Perbandingan Penilaian Partisipan Kelompok Eksperimen dan Kelompok Kontrol untuk Masing-Masing Pernyataan DalamTahapan *Purchase* .....90

**Bab VI Kesimpulan dan Saran .....92**

VI.1 Kesimpulan. .....92

VI.2 Saran.....94

**DAFTAR PUSTAKA .....95**

**LAMPIRAN A Modul Penelitian .....99**

**LAMPIRAN B *Interview Guidance* .....107**

**LAMPIRAN C Kisi-Kisi Alat Ukur .....110**