

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Pertanyaan Penelitian	3
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Lingkup Penelitian	4
1.6 Manfaat Penelitian	5
1.6.1 Dari Segi Teori	5
1.6.2 Dari Segi Implementasi	5
1.7 Sistematika Penulisan	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.1.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>)	7
2.1.2 Segmentasi Pasar (<i>Market Segmentation</i>)	8

2.1.3 Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior</i>)	11
2.1.4 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	11
2.1.5 Proses Pembelian (<i>Purchase Prosessing</i>)	15
2.1.6 Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication</i>)	19
2.1.7 Tanggapan Konsumen Terhadap Komunikasi Pemasaran (<i>Marketing Communication Response</i>)	20
2.1.8 <i>Model Attention, Interest, Desire, Action</i>	25
2.2 Riset Terdahulu	26
2.2.1 <i>Here's the Beef : Factors, Determinants, and Segments in Consumer Criticism of Advertising</i>	26
2.2.2 <i>Public Assesment of TV Advertising : Faint Praise and Harsh Criticism</i>	28
2.2.3 Pengaruh Program/ <i>Genre/Main Content</i> Televisi Terhadap Perilaku Pelanggan Siva K Balasubramanian, James A Karrh, dan Hermant Patwardhan, (2006 : 124)	29
2.2.4 <i>Mixed-Style Print Advertising Combining Fashion Photography and Digital Illustrations: Examining the Print Advertising of Consumer Products in Taiwan</i>	31
2.3 Kerangka Berpikir	32
2.4 Hipotesis Penelitian	34
BAB III	36
METODE PENELITIAN	36
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	36
3.1.1 Tempat Penelitian	36
3.1.2 Waktu Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	38
3.3.1 Populasi Penelitian	38

3.3.2 Sampel Penelitian	38
3.4 Metode dan Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Metode Pengumpulan Data	39
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	40
3.5 Variabel Penelitian	41
3.5.1 Variabel Bebas	41
3.5.2 Variabel Terikat	42
3.6 Operasionalisasi Variabel	43
3.7 Instrumen Penelitian	45
3.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.8.1 Uji Validitas	51
3.8.2 Uji Reliabilitas	55
3.9 Teknik Analisa Data	56
3.9.1 Analisa Deskriptif	56
3.9.2 Analisa Statistik	56
BAB IV	61
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Hasil Penelitian	61
4.1.1 Karakteristik Responden	61
4.1.2 Deskripsi Data Penilaian Responden Terhadap Variabel Peneliti- an	64
4.2 Hasil Pengujian Statistik	94
4.2.1 Membuat Diagram Pencar (<i>Scatter Diagram</i>)	95
4.2.2 Menentukan Persamaan Regresi Linier Sederhana	95
4.2.3 Menentukan Koefisien Determinasi	96
4.2.4 Menentukan Keberartian Regresi	97
4.2.5 Menentukkan Keberartian Koefisien Regresi	98

4.2.6 Menentukan Interval Konfidensi	98
4.2.7 Menentukan Interval Kategori Penilaian	99
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	99
4.3.1 Membuktikan Hipotesis Penelitian	100
4.3.2 Menjawab Pertanyaan Penelitian	105
4.3.3 Menjawab Tujuan Penelitian	107
4.3.4 Bentuk Iklan Yang Digunakan Telkom Balikpapan	108
4.3.5 Segmentasi Hasil Penelitian	108
BAB V	110
KESIMPULAN DAN SARAN	110
5.1 Kesimpulan	110
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
BIODATA PENULIS	116
DAFTAR LAMPIRAN	118