

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL LUAR.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Gambaran Umum Iklan Total Almeera Versi Deterjen HALAL Pertama di Indonesia” Pada Media Televisi	1
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	5
1.3 Identifikasi Masalah	13
1.4 Tujuan Masalah	13
1.5 Kegunaan Penelitian	13
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Rangkuman Teori	15
2.1.1 Komunikasi	15
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	16
2.1.3 Bauran Pemasaran	17
2.1.4 Promosi	18
2.1.5 Iklan	18
2.1.6 Pesan Iklan	21
2.1.7 Media Massa	22
2.1.8 Televisi sebagai Media Periklanan.....	23
2.1.9 Model <i>Hierarchy of Effect</i>	24
2.1.10 Sikap	26
2.2 Penelitian Terdahulu	27

2.3 Kerangka Pemikiran	39
2.4 Hipotesis Penelitian.....	40
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
3.1 Metode Penelitian.....	42
3.2 Operasionalisasi variabel dan Skala Pengukuran	42
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	42
3.2.2 Skala Pengukuran	45
3.3 Populasi dan Sampel.....	46
3.3.1 Populasi	46
3.3.2 Sampel	46
3.3.3 Teknik Sampling.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1 Jenis Data	48
3.4.2 Pengumpulan Data	49
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	50
3.5.1 Uji Validitas	50
3.5.2 Uji Reliabilitas	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
3.6.1 Analisis Deskriptif	53
3.6.2 Uji <i>Method Successive Interval (MSI)</i>	55
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	56
3.6.4 Uji Regresi Linier Sederhana	56
3.6.5 Koefisien Determinasi (r^2).....	57
3.7 Uji Hipotesis	57
3.7.1 Uji Hipotesis secara Parsial (Uji <i>t</i>).....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	59
4.1 Karakteristik Responden	59
4.1.1 Identitas Responden Berdasarkan Domisili.....	59
4.1.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	60
4.1.3 Identitas Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	61
4.1.4 Identitas Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	62

4.2 Hasil Penelitian.....	63
4.2.1 Analisis Deskriptif	63
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Isi Pesan .	64
4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Struktur Pesan	67
4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Format Pesan	70
4.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Sumber Pesan	73
4.2.1.5 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pesan Iklan	76
4.2.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Kognitif ..	77
4.2.1.7 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Afektif.....	79
4.2.1.8 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Konatif....	81
4.2.1.9 Rekapitulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Sikap Konsumen	83
4.2.2 Metode of Successive Interval (MSI).....	84
4.2.3 Uji Asumsi Klasik	84
4.2.3.1 Uji Normalitas	84
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas	86
4.2.4 Uji Regresi Linier Sederana.....	87
4.2.5 Koefisien Determinasi.....	87
4.2.6 Uji Hipotesis	88
4.2.6.1 Uji t.....	88
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian	89
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	93
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	94
5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya.....	94

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN