

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan.....	1
1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Identifikasi Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Kegunaan Penelitian	10
1.5.1 Kegunaan Teoritis	10
1.5.2 Kegunaan Praktis	10
1.6 Waktu dan Periode Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Iklan	12
2.1.1 Definisi Iklan	12
2.1.2 Tujuan Periklanan	13
2.2 Iklan Televisi.....	13
2.3 Pesan Iklan	14
2.4 Teori AIDDA	17
2.5 Penelitian Terdahulu	18
2.6 Kerangka Pemikiran	28
2.7 Hipotesis Penelitian	29
2.8 Ruang Lingkup Penelitian.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	30
3.2.1 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	30
3.2.2 Skala Pengukuran	33
3.2.3 Skala Instrumen	34
3.3 Populasi dan Sampel.....	34
3.3.1 Populasi	34
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4.1 Data Primer.....	37
3.4.2 Data Sekunder.....	37
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.5.1 Uji Validitas.....	37
3.5.2 Uji Reliabilitas	40
3.6 Teknik Analisis Data	41
3.6.1 Analisis Deskriptif	42
3.6.2 Method Of Succesive Interval (MSI)	43
3.6.2 Analisis Korelasi Product Moment	44
3.6.3 Koefisien Determinasi.....	45
3.6.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	45
3.7 Uji Hipotesis.....	46
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 48

4.1 Karakteristik Responden	48
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tinggi	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Analisis Deskriptif	51
4.2.1.1 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Isi Pesan	54
4.2.1.2 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Struktur Pesan	56

4.2.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Format Pesan	57
4.2.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel Sumber Pesan	59
4.2.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pesan Iklan	60
4.2.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Attention</i>	61
4.2.1.7 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Interest</i>	62
4.2.1.8 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Desire</i>	63
4.2.1.9 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Decesion</i>	64
4.2.1.10 Tanggapan Responden Terhadap Sub Variabel <i>Action</i>	65
4.2.1.11 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penggunaan Fitur	66
4.3 MSI	67
4.4 Hasil Uji Korelasi	67
4.5 Hasil Uji Koefien Determinasi	68
4.6 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	69
4.7 Hasil Uji Hipotesis	70
4.8 Pembahasan	71
4.8.1 Analisis Deskriptif Responden	71
4.8.2 Pengaruh Pesan Iklan Televisi Google Versi Cari Lirik terhadap Penggunaan Fitur Ok Google Pada Mahasiswa	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 10 Universitas populer di Bandung tahun 2017	9
Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian	11
Tabel 3.1 Operasional Variabel	31
Tabel 3.2 Desain Pengukuran Skala Likert	34
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 3.5 Kriteria Interpretasi Skor	42
Tabel 3.6 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	45
Tabel 4.1 Tanggapan Responden terhadap Pernyataan Kuesioner	51
Tabel 4.2 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel Isi Pesan.....	54
Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel Struktur Pesan.....	56
Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel Format Pesan	57
Tabel 4.5 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel Sumber Pesan	59
Tabel 4.6 Tanggapan Responden terhadap Variabel Pesan Iklan.....	60
Tabel 4.7 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel <i>Attention</i>	61
Tabel 4.8 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel <i>Interest</i>	62
Tabel 4.9 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel <i>Desire</i>	63
Tabel 10 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel <i>Decesion</i>	64
Tabel 11 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel <i>Action</i>	65
Tabel 12 Tanggapan Responden terhadap Subvariabel Penggunaan Fitur	66
Tabel 13 Tabel Uji Korelasi	67
Tabel 14 Koefisien Determinasi	68

Tabel 15 Regresi Linear Sederhana	69
Tabel 16 Hasil Uji Hipotesis	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Google	1
Gambar 1.2 Fitur Ok Google	4
Gambar 1.3 Cuplikan pada iklan Google versi cari penyanyi	5
Gambar 1.4 Cuplikan pada iklan Google versi cari lagi	6
Gambar 1.5 Cuplikan pada iklan Google versi cari lirik.....	7
Gambar 2.1 Model Teori AIDDA.....	17
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	49
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	50
Gambar 4.4 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel Isi Pesan.....	56
Gambar 4.5 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel Struktur Pesan	57
Gambar 4.6 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel Format Pesan	59
Gambar 4.7 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel Sumber Pesan.....	60
Gambar 4.8 Presentasi dalam Garis Kontinum Variabel Pesan Iklan.....	61
Gambar 4.9 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel <i>Attention</i>	62
Gambar 4.10 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel <i>Interest</i>	63
Gambar 4.11 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel <i>Desire</i>	64
Gambar 4.12 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel <i>Decesion</i>	64
Gambar 4.13 Presentasi dalam Garis Kontinum Sub Variabel <i>Action</i>	65
Gambar 4.14 Presentasi dalam Garis Kontinum Variabel Penggunaan Fitur	66