

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR BAGAN	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Identifikasi Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.5.1. Manfaat Teoritis	9
1.5.2. Manfaat Praktis.....	9
1.6. Waktu dan Periode Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Tinjauan Teori	11
2.1.1. Komunikasi	11
2.1.2. Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.3. Iklan	14
2.1.4. Media Iklan.....	18
2.1.5. Jenis-jenis Iklan	20
2.1.6. Iklan Televisi	22
2.1.7. Daya Tarik Televisi	23

2.1.8. Terpaan Iklan.....	26
2.1.9. Minat Beli.....	31
2.1.10. Teori Model S-R.....	32
2.2. Penelitian Terdahulu.....	33
2.2.1. Literatur Jurnal Nasional.....	33
2.2.2. Literatur Jurnal Internasional.....	38
2.3. Kerangka Pemikiran.....	41
2.4. Hipotesis Penelitian.....	44
2.5. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1. Jenis Penelitian.....	45
3.2. Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	46
3.2.1. Operasional Variabel.....	46
3.2.2. Skala Pengukuran.....	48
3.3. Populasi dan Sampel.....	49
3.3.1. Populasi.....	49
3.3.2. Sampel.....	49
3.4. Pengumpulan Data.....	51
3.4.1. Kuisisioner.....	51
3.4.2. Penelitian Lapangan (<i>Field Research</i>).....	51
3.4.3. Dokumentasi.....	52
3.5. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
3.5.1. Uji Validitas.....	52
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	56
3.6. Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1. Analisis Korelasi.....	58
3.6.2. Analisis Deskriptif.....	59
3.6.3. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	60
3.6.4. Koefisien Diterminasi.....	61
3.7. Pengujian Hipotesis.....	62
3.7.1. Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1. Gambaran Umum.....	63
4.1.1. Gambaran Umum Subjek penelitian.....	63
4.1.2. Lokasi Penelitian.....	66
4.2. Identifikasi Responden.....	67

4.3. Hasil Penelitian	67
4.3.1. Data Penelitian.....	67
4.3.2. Analisis Data	71
4.3.2.1. Uji Validitas	71
4.3.2.2. Uji Reabilitas	72
4.3.2.3. Uji Normalitas	72
4.3.2.4. Uji Korelasi	73
4.3.2.5. Analisis Deskriptif.....	75
4.3.2.6. Analisis Regresi Sederhana.....	79
4.3.2.7. Koefisien Determinasi	80
4.3.2.8. Pengujian Hipotesis	81
4.4. Pembahasan	81
BAB V PENUTUP	86
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran.....	87
DAFTAR PUSTAKA	88
DAFTAR LAMPIRAN	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Pengeluaran Belanja Iklan Provider	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu “Terpaan Iklan Produk AXE Terhadap Tanggapan Khalayak (Studi Deskriptif Kuantitatif Tentang Terpaan Iklan Televisi Produk Axe Terhadap Minat Beli Pria Metroseksual di Komunitas Klub Mobil option Yogyakarta Angkatan 8 dan 9”	33
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu Pengaruh Terpaan Iklan “Evercoss A7t” Terhadap Minat Beli Handphone Pada Masyarakat Surabaya (Studi Deskriptif Kuantitatif Pengaruh Terpaan Iklan “Evercoss Tipe A7T” Di Televisi Terhadap Minat Beli Handphone Android Evercoss A7T Pada Masyarakat Surabaya)	35
Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu Pengaruh Terpaan Iklan Televisi Dan Persepsi Merek Terhadap Minat Beli (Studi Pada Produk Blackberry Di Kalangan Mahasiswa Fe Universitas Islam Lamongan)	36
Tabel 2.4. Pengaruh Terpaan Iklan Di Televisi Terhadap Kesadaran Merk Studi Kasus Terpaan Iklan “Kartu As versi Smash” di Televisi terhadap Kesadaran Merk pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Untirta Angkatan 2006-2010.....	37
Tabel 2.5. <i>Effective Advertising And Its Influence On Consumer Buying Behavior</i>	38
Tabel 2.6. <i>TV Ads Impact on Consumer Purchase Intention</i>	39
Tabel 2.7. <i>Television Advertising Exposure and Children’s Nutritional Awareness</i>	39
Tabel 2.8. <i>Advertising Exposure, Loyalty, and Brand Purchase: A Two-Stage Model of Choice</i>	40
Tabel 3.1. Operasional Variabel	46
Tabel 3.2. Gambaran Pernyataan Skala Likert	48
Tabel 3.3. Jumlah Populasi Siswa SMA N 6 Karawang	49
Tabel 3.4. item-Total Statistic	53
Tabel 3.5. <i>Corrected Item-Total Correlation</i> (R hitung)	54
Tabel 3.6. Nilai Reliabilitas Alpha Cronbach	56
Tabel 3.7. Reliabilitas Statistik	57

Tabel 3.8. Interval Koefisien Korelasi	59
Tabel 3.9. Kriteria Analisis Deskriptif Presentase	60
Tabel 4.1. Uji Validasi	71
Tabel 4.2. Uji Reabilitas	72
Tabel 4.3. Uji Normalitas	73
Tabel 4.4. Uji Korelasi	73
Tabel 4.5. Analisis Deskriptif	75
Tabel 4.6. Analisis Regresi Sederhana	79
Tabel 4.7. Koefisien Determinasi	80
Tabel 4.8. Uji t	81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Gambar Pertumbuhan Belanja Iklan TV	3
Gambar 1.2. SMAN 6 Karawang Pemenang Kompetisi <i>Dance Axis Hitz</i>	7
Gambar 3.1. Hasil t_{tabel} dan r_{tabel} menggunakan SPSS 22	53
Gambar 4.1. Logo AXIS	64
Gambar 4.2. Potongan Iklan AXIS Kebelet Online	68
Gambar 4.3. Potongan Iklan AXIS Iritology No.81	69
Gambar 4.4. Potongan Iklan Iritology “Cekrek”	70

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran	43
Bagan 4.1. Deskripsi Jawaban Kuesioner Terpaan Iklan.....	78
Bagan 4.2. Deskripsi Jawaban Kuesioner Terpaan Iklan.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran.1. Poin Nilai Kuesioner	92
Lampiran.2. Analisis Deskriptif pada kedua Variabel	95
Lampiran.3. Uji Validitas SPSS	98
Lampiran.4. Uji reabilitas keseluruhan	102
Lampiran.5. Kurva Normalitas	103
Lampiran.6. Kuesioner Penelitian	104