

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN .....	i
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PERNYATAAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR BAGAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5 Waktu dan Periode Penelitian .....	8
1.6 Lokasi Penelitian.....	9
1.7 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Landasan Teori.....	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.2 Periklanan.....	11
2.1.3 Iklan Internet .....	12
2.1.4 Citra Merek .....	13
2.1.5 Daya Tarik Iklan .....	16
2.1.6 Daya Tarik Humor .....	18

2.1.7	EPIC Model.....	19
2.2	Penelitian Terdahulu .....	22
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
2.4	Hipotesis.....	34
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>		<b>35</b>
3.1	Jenis penelitian.....	35
3.2	Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	35
3.3	Populasi dan Sampel .....	39
3.3.1	Populasi.....	39
3.3.2	Sample.....	39
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.4.1	Jenis Data .....	40
3.4.2	Pengumpulan Data .....	41
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	42
3.5.1	Uji Validitas .....	42
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	44
3.6	Teknis Analisis Data .....	46
3.6.1	Analisis Tabulasi Sederhana .....	47
3.6.2	Analisis Deskriptif .....	48
3.6.3	Uji <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	50
3.6.4	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.6.4	Analisis Koefisien Korelasi.....	51
3.6.3	Regresi Linier Sederhana .....	51
3.6.4	Koefisien Determinasi.....	52
3.6.5	Uji Hipotesis.....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>54</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.2	Karakteristik Responden .....	60
4.3.1	Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.3.2	Karakteristik Responden berdasarkan Usia .....	61

4.3.3	Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan .....	61
4.3	Hasil Penelitian .....	62
4.3.1	Analisis Tabulasi Sederhana pada Variabel X dengan EPIC Model ...	63
4.3.2	Analisis Deskripsif Variabel Y .....	73
4.3.3	Uji Normalitas.....	86
4.3.4	Analisis Koefisien Korelasi.....	87
4.3.5	Hasil Analisis Regresi Sederhana .....	88
4.3.6	Koefisien Determinasi.....	90
4.3.7	Uji Hipotesis.....	91
4.4	Pembahasan.....	91
4.4.3	Variabel Efektivitas Iklan (X).....	93
4.4.4	Variabel Citra Merek (Y).....	96
4.4.5	Hubungan Efektivitas Iklan dengan Citra Merek.....	99
4.4.6	Pengaruh Efektivitas Iklan dengan Citra Merek .....	101
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		103
5.1	Kesimpulan .....	103
5.2	Saran.....	104
5.2.1	Saran Akademis .....	104
5.2.2	Saran Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA .....		106
LAMPIRAN .....		107