

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1    Profil Perusahaan .....	1
1.1.2    Visi dan Misi Perusahaan.....	3
1.1.3    Logo Pocari Sweat .....	3
1.1.4    Produk Pocari Sweat .....	4
1.2    Latar Belakang.....	5
1.3    Identifikasi Masalah .....	17
1.4    Tujuan Penelitian.....	17
1.5    Kegunaan Penelitian.....	17
1.5.1    Manfaat Teoritis .....	18
1.5.2    Manfaat Praktis .....	18
1.6    Sistematika Penulisan.....	18
1.7    Waktu dan Periode Penelitian .....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian .....	20
2.1.1    Komunikasi Pemasaran.....	20
2.1.2    Strategi komunikasi pemasaran.....	21
2.1.3    Proses Pengembangan Komunikasi Pemasaran .....	22
2.1.4    Iklan.....	24

2.1.5	Tujuan Iklan .....	25
2.1.6	Karakteristik iklan.....	27
2.1.7	Strategi iklan .....	27
2.1.8	Kerangka Kerja Eksekusi Iklan ( <i>Executional Frameworks</i> ).....	28
2.1.9	Efek Menggunakan Iklan .....	30
2.1.10	Dimensi Iklan .....	31
2.1.11	<i>Brand Awareness</i> .....	31
2.1.12	Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	32
2.1.13	Cara Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> .....	33
2.1.14	Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	33
2.1.15	Keputusan Pembelian.....	34
2.1.16	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian .....	36
2.1.17	Dimensi Keputusan Pembelian .....	37
2.1.18	Hubungan Iklan dengan <i>Brand Awareness</i> .....	38
2.1.19	Hubungan Iklan dengan Keputusan Pembelian .....	38
2.1.20	Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan keputusan pembelian.....	39
2.1.21	Hubungan antara iklan dengan keputusan pembelian yang di Mediasi oleh <i>Brand Awareness</i> .....	40
2.2	Penelitian Terdahulu.....	41
2.3	Kerangka Pemikiran .....	54
2.4	Hipotesis Penelitian .....	59
2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	59
BAB III METODE PENELITIAN.....		60
3.1	Jenis Penelitian .....	60
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	61
3.2.1	Operasional Variabel.....	61
3.2.2	Skala Pengukuran.....	64
3.3	Tahapan Penelitian .....	65
3.4	Populasi dan Sampel.....	66
3.4.1	Populasi .....	66
3.4.2	Sampel.....	67
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	68

3.5.1	Data Primer .....	68
3.5.2	Data Sekunder .....	68
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	69
3.6.1	Uji Validitas .....	69
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	71
3.7	Teknik Analisis Data .....	72
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	72
3.7.2	<i>Method of Succesive Interval (MSI)</i> .....	74
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	75
3.7.4	Analisis Jalur.....	76
3.7.5	Koefisien Determinasi.....	81
3.7.6	Uji Sobel.....	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....		83
4.1	Karakteristik Responden .....	83
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	83
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	84
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Pocari Sweat Dalam Satu Bulan .....	85
4.2	Hasil Penelitian.....	86
4.2.1	Analisis Deskriptif .....	86
4.2.2	Total Tanggapan Responden.....	101
4.2.3	Uji Asumsi Klasik.....	101
4.3	Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ) .....	105
4.3.1	Merumuskan Hipotesis dan Persamaan Struktural .....	105
4.3.2	Menghitung Koefisien Jalur yang Didasarkan pada Koefisien Regresi...106	
4.3.3	Menghitung Koefisien Regresi (Koefisien Jalur) .....	107
4.4	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	120
4.4.1	Analisis Deskriptif Variabel Iklan .....	120
4.4.2	Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	121
4.4.3	Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	121
4.4.4	Pengaruh Iklan terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	122

4.4.5	Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian.....	123
4.4.6	Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	123
4.4.7	Terdapat Pengaruh Iklan terhadap Keputusan Pembelian melalui <i>Brand Awareness</i> .....	124
4.4.8	Analisis Jalur.....	124
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		125
5.1	Kesimpulan.....	125
5.2	Saran.....	126
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	126
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya .....	127
DAFTAR PUSTAKA .....		128
LAMPIRAN.....		135