

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>1</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>2</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>2</b>
<b>1.2 Identifikasi Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>8</b>
<b>1.4 Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....</b>	<b>9</b>
<b>1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir .....</b>	<b>10</b>
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
<b>2.1 Landasan Teori .....</b>	<b>12</b>
2.1.1 Marketing Communication .....	12
2.1.2 Kemasan .....	12
2.1.3 Pesan.....	13
2.1.4 Komponen Pesan.....	13
2.1.5 Sikap.....	14
2.1.6 Komponen Sikap.....	15
2.1.7 The Extended Parallel Process Models .....	15
<b>2.2 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>17</b>
<b>2.3 Kerangka Berpikir .....</b>	<b>26</b>

<b>2.4 Hipotesis Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>2.5 Ruang Lingkup Penelitian .....</b>	<b>27</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>29</b>
<b>3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....</b>	<b>30</b>
3.2.1 Operasional Variabel .....	30
3.2.2 Skala Pengukuran .....	37
<b>3.3 Populasi dan Sampel .....</b>	<b>38</b>
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel .....	38
<b>3.4 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>40</b>
3.4.1 Pengumpulan Data .....	40
3.4.2 Sumber Data.....	40
<b>3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....</b>	<b>41</b>
3.5.1 Uji Validitas .....	41
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	43
<b>3.6 Teknik Analisis Data .....</b>	<b>45</b>
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	45
3.6.2 Methods of Successive Interval (MSI) .....	46
3.6.3 Uji Asumsi Klasik .....	47
3.6.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	48
3.6.5 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
3.6.6 Uji Korelasi.....	49
3.6.7 Uji Hipotesis (Uji T).....	49
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
<b>4.1 Pengumpulan Data.....</b>	<b>51</b>
4.1.1 Karakteristik Responden.....	51
<b>4.2 Hasil Penelitian.....</b>	<b>55</b>
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	55
4.2.2 Method of Successive Interval (MSI).....	65
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	65
4.2.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	68
4.2.5 Analisis Korelasi .....	68
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis .....	70
4.2.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	72
<b>4.3 Analisis Hasil Pengolahan Data dan Pembahasan.....</b>	<b>73</b>
4.3.1 Variabel Pesan Peringatan (X).....	75
4.3.2 Variabel Sikap Berhenti Merokok (Y) .....	76
4.3.3 Pengaruh Pesan Peringatan Pada Kemasan Rokok Terhadap Sikap Berhenti Merokok Generasi Z Di Kota Bandung .....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>79</b>

<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>79</b>
<b>5.2 Saran .....</b>	<b>79</b>
5.2.1 Saran Teoritis .....	79
5.2.2 Saran Praktis .....	80
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>81</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>85</b>