

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	15
1.1 Latar Belakang.....	15
1.3 Identifikasi Masalah.....	23
1.4 Tujuan Penelitian	23
1.5.Kegunaan Penelitian	24
1.5.1. Aspek Teoritis	24
1.5.2 Aspek Praktis	24
1.6.Waktu dan Periode Penelitian.....	24
1.7.Sistematika Penulisan	25
BAB II.....	27
TINJAUAN PUSTAKA.....	27
2.1 Kajian Teoritis	27
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	27
2.2 Penelitian Terdahulu	33
2.3 Kerangka Pemikiran	47
2.4 Hipotesis	49
BAB III METODE PENELITIAN.....	50
3.1 Karakteristik Penelitian.....	50
3.2 Operasionalisasi Variabel	50
3.3 Skala Pengukuran	57

3.5 Populasi dan Sampel.....	58
3.5.1 Populasi.....	58
3.5.2 Sampel.....	58
3.5.3 Teknik Sampling	60
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6.1 Data Primer	60
3.6.2 Data Sekunder.....	60
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	61
3.7.1 Uji Validitas	61
3.7.2 Uji Reliabilitas	63
3.8 Teknik Analisis Data	64
3.8.1 Korelasi Spearman	65
3.8.2 Uji Asumsi Klasik.....	65
a. Uji Normalitas	65
b. Uji Heteroskedastisitas.....	65
3.8.3 Koefisien Determinasi.....	66
3.8.4 Uji Hipotesis (Uji T)	66
BAB IV PEMBAHASAN	68
4.1 Karakteristik Responden	68
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Kota	70
4.3 Hasil Penelitian	71
4.3.1 Korelasi Spearman	71
4.4 Transformasi Data MSI (Method of Successive Internal)	72
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	73
4.5.1 Uji Normalitas.....	73
4.5.2 Uji Heteroskedastisitas	74
4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	76
4.7 Koefisien Determinasi	78
4.8 Uji Hipotesis (Uji t)	79
4.9 Pembahasan Hasil Penelitian	81
4.9.1 Hasil Penelitian	81

Gambar 4.7 Garis Kontinum.....	82
4.9.4 Pembahasan	100
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1 Kesimpulan	103
5.2 Saran	103
5.2.1 Teoritis	103
5.2.2 Praktis.....	104
DAFTAR PUSTAKA.....	105
LAMPIRAN	108