

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAKSI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Sistematika Penulisan	10

BAB II	KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	12
2.1.	Penelitian Terdahulu	12
2.2.	Landasan Teori	15
2.2.1.	Pemasaran	15
2.2.2.	Komunikasi Pemasaran dan Periklanan	16
2.2.3.	Kredibilitas Model Iklan dan Kredibilitas Perusahaan	22
2.2.4.	Sikap	29
2.3.	Kerangka Pemikiran	35
2.4.	Hipotesis	36
BAB III	METODE PENELITIAN	37
3.1.	Lokasi dan Waktu Penelitian	37
3.2.	Jenis Penelitian	37
3.3.	Populasi dan Sampel	37
3.4.	Definisi Operasional Variabel	38
3.5.	Pengujian Validitas dan Realibilitas	41
3.6.	Metode Analisis	43
3.7.	Pengujian Hipotesis	43
BAB IV	ANALISIS DATA	47
4.1.	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
4.2.	Deskripsi Responden	53

4.3. Pengujian Goodness of Fit	55
4.4. Pengujian Hipotesis	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	68
6.1. Kesimpulan	68
6.2. Saran	69

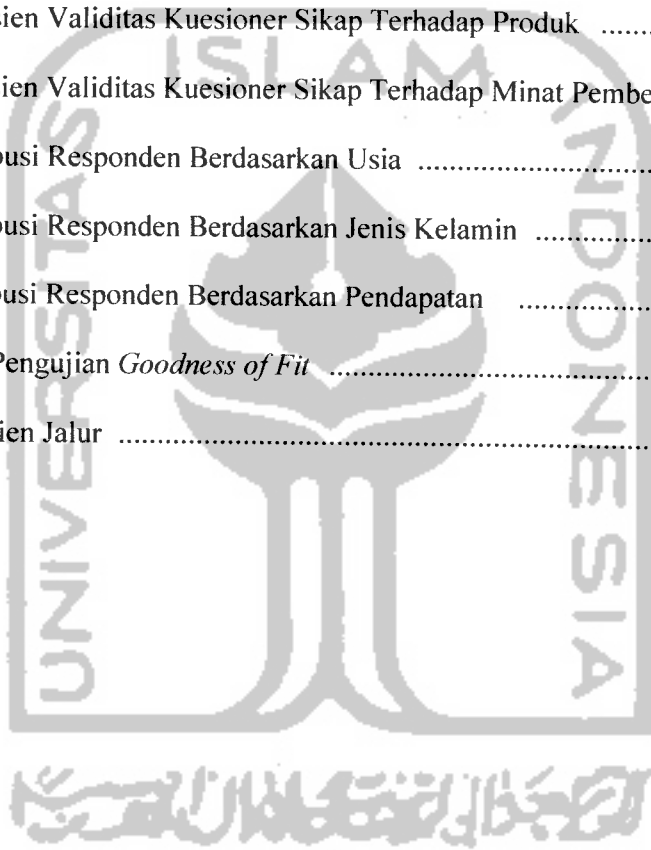
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Koefisien Validitas Kuesioner Kredibilitas Model Iklan	49
4.2. Koefisien Validitas Kuesioner Kredibilitas Perusahaan	50
4.3. Koefisien Validitas Kuesioner Sikap Terhadap Iklan	51
4.4. Koefisien Validitas Kuesioner Sikap Terhadap Produk	52
4.5. Koefisien Validitas Kuesioner Sikap Terhadap Minat Pembelian	53
4.6. Distribusi Responden Berdasarkan Usia	53
4.7. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
4.8. Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan	55
4.9. Hasil Pengujian <i>Goodness of Fit</i>	58
4.10. Koefisien Jalur	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Model Komunikasi Massa SMCR	19
2.2. Kerangka Konsep	35
4.1. Diagram Jalur	60

