

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	iv
Abstraksi.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Masalah.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	8

2.2.1	Arti Penting Pemasaran.....	8
2.2.2	Konsep Pemasaran.....	9
2.2.3	Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2.4	Perilaku Konsumen.....	12
2.2.5	Minat Beli.....	13
2.2.6	Iklan.....	15
2.2.7	Fungsi Periklanan.....	16
2.2.8	Sasaran Periklanan.....	18
2.2.9	Tujuan Periklanan.....	20
2.2.10	Media Periklanan.....	22
2.2.11	Iklan Humor.....	22
2.3	Hipotesis.....	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Lokasi Penelitian.....	26
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	26
3.3	Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1	Pengertian Populasi dan Sampel.....	29
3.3.2	Penentuan Jumlah Sampel.....	29
3.4	Metode Pengambilan Sampel.....	30
3.5	Instrumen atau Alat Pengumpul Data.....	31
3.5.1	Kuesioner.....	31
3.5.2	Validitas dan Reliabilitas.....	32

3.6	Alat Analisis.....	35
3.6.1	Analisis Deskriptif.....	35
3.6.2	Analisis Linier Berganda.....	35
3.6.3	Uji t.....	36
3.6.4	Uji F.....	37
3.6.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	38
3.6.6	Korelasi Parsial (r^2).....	39

BAB IV ANALISA DATA

4.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	40
4.1.1	Pengujian Validitas.....	40
4.1.2	Pengujian Reliabilitas.....	42
4.2	Analisis Deskriptif.....	43
4.2.1	Karakteristik Responden.....	44
4.2.1.1	Karakteristik Responden Menurut Gender.....	44
4.2.1.2	Karakteristik Responden Menurut Daerah Asal.....	45
4.2.1.3	Karakteristik Responden Menurut Status Tempat Tinggal... ..	45
4.2.1.4	Karakteristik Responden Menurut Pendapatan.....	46
4.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	47
4.2.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Pemeran Iklan.....	48
4.2.2.2	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemampuan Dialog.....	49
4.2.2.3	Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kemampuan	

Akting.....	51
4.2.2.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Minat Beli.....	53
4.3 Analisa Regresi.....	54
4.4 Uji t.....	56
4.4.1 Pemeran Iklan.....	57
4.4.2 Kemampuan Dialog.....	57
4.4.3 Kemampuan Akting.....	58
4.5 Uji F.....	59
4.5.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	60
4.6 Korelasi Parsial.....	61
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	64
5.2 Saran.....	67
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	