

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan.....	ii
Halaman Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman pengesahan Pengujian Skripsi.....	v
Halaman persembahan.....	vi
Halaman Moto.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Lampiran.....	xvii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1. Arti Penting Pemasaran.....	7
2.2.2. Konsep Manajemen Pemasaran.....	8
2.2.3. Pengertian Iklan.....	9
2.2.4. Fungsi Periklanan di Televisi.....	10
2.2.5. Perilaku Konsumen.....	12
2.2.6. Keputusan Beli Konsumen.....	13
2.2.7. Iklan Televisi Dalam Pandangan Konsumen.....	15
2.2.8. Dampak Iklan Terhadap Perilaku Remaja Dan Mahasiswa.....	17
2.3 Formulasi Penelitian.....	18
2.4 Hipotesis Operasional.....	18
2.4.1. Pengukuran Data Pendapat Umum Responden Tentang Periklanan Di Televisi.....	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	22
3.2 Variabel penelitian.....	22
3.2.1. Variabel Dipenden.....	22
3.2.2. Variabel Independen.....	23
3.2.3. Hubungan Antar Variabel.....	23
3.3 Difinisi Operasional Variabel.....	24

3.4 Sumber Data.....	24
3.5 Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	24
3.5.1. Kuisisioner.....	24
3.6 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.6.1. Data.....	25
3.6.2. Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.7 Populasi dan Sampel.....	26
3.7.1. Populasi.....	26
3.7.2. Sampel.....	26
3.8 Alat Analisis.....	27
3.8.1. Analisis kualitatif.....	27
3.8.2. Analisis kuantitatif.....	29
3.8.2.1. Regresi Linier Berganda.....	29
3.8.2.2. Uji Simultan (Uji F).....	30
3.8.2.3. Uji Regresi Parsial (Uji t).....	30

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Kuantitatif.....	32
4.1.1. Pengujian Validitas Dan Realibilitas.....	32
4.1.1.1. Pengujian validitas.....	32
4.1.1.2. Pengujian Realibilitas.....	34
4.1.2. Analisis Karakteristik Responden.....	35
4.1.2.1. Jenis Kelamin Responden.....	35

4.1.3. Analisis Jawaban Rata-Rata Responden.....	35
4.1.3.1. Iklan Televisi.....	35
4.1.3.2. Variabel Perilaku Mahasiswa (Y).....	40
4.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	42
4.2.1. Uji Simultan (Uji F).....	45
4.2.2. Uji Regresi Parsial (Uji t).....	47
4.2.3. Analisis Korelasi.....	50
4.2.3.1. Analisis Korelasi Berganda.....	50
 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	54



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Hasil Uji Validitas.....	33
4.2 Hasil Uji Realibilitas.....	34
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
4.4 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Pada Variabel <i>Atractivenes (X1)</i>	36
4.5 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Pada Variabel <i>Trustworthiness(X2)</i>	37
4.6 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Pada Variabel <i>Expertise (X3)</i>	38
4.7 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Pada Variabel <i>Power (X4)</i>	39
4.8 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Pada Variabel <i>Advertising Believabel (X5)</i>	40
4.9 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Pada Variabel perilaku Mahasiswa.....	41
4.10 Rangkuman Hasil Regresi Linier Berganda.....	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- I Kuisisioner Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia dan daftar pertanyaan Untuk Responden
- II Rekapitulasi Data Hasil Jawaban 96 Responden
- III Data Rata-Rata Penelitian 96 Responden
- IV Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel *attractiveness*, *trustworthiness*, *power*, *expertise*, dan *advertising believability*
- V Hasil Analisis Regresi Linier berganda
- VI Tabel Distribusi t
- VII Tabel f pada α 5%
- VIII Tabel Product Moment Corelation α 5%