

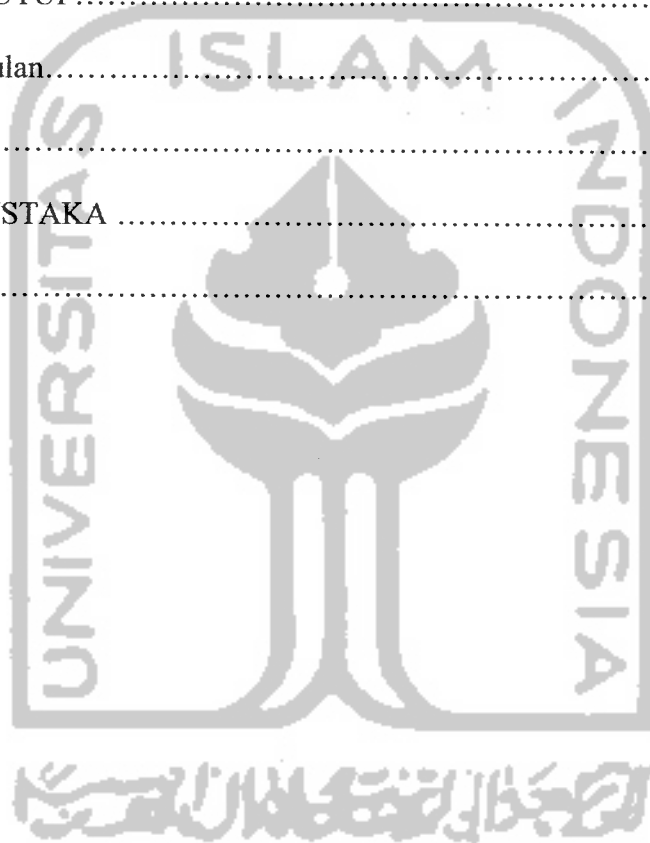
## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul .....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi .....	ii
Halaman Judul Skripsi .....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme .....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi .....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi .....	vi
Halaman Motto .....	vii
Halaman Persembahan .....	viii
Abstrak.....	ix
Kata Pengantar .....	x
Daftar Isi .....	xiii
Daftar Tabel .....	xvii
Daftar Gambar .....	xviii
Daftar Lampiran .....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	8

1.5. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Pengertian dan Konsep Pemasaran.....	11
2.3 Perilaku Konsumen.....	12
2.3.1 Pengertian Sikap.....	19
2.3.2 Komponen Sikap.....	19
2.3.3 Model Sikap Multi Sifat.....	21
2.3.4 Model Sikap Terhadap Obyek.....	21
2.3.5 Model Sikap Terhadap Perilaku.....	22
2.3.6 Teori Tindakan Yang Beralasan.....	22
2.4.7 Model Sikap Terhadap Iklan.....	24
2.4.8 Pengaruh Faktor Lingkungan.....	25
2.4 Komunikasi Pemasaran.....	26
2.4.1 Tahap-tahap Membentuk Komunikasi Yang Efektif.....	26
2.4.2 Komunikasi Pemasaran Terpadu (IMC).....	27
2.5 Promosi.....	29
2.5.1 Periklanan.....	30
2.5.2 Fungsi-Fungsi Periklanan.....	30
2.5.3 Tujuan Iklan.....	31

2.5.4 Media Periklanan.....	31
2.5.5 Kekuatan dan Keterbatasan Periklanan Melalui Televisi.....	32
2.6 Model Teoritis.....	34
2.7 Formulasi Hipotesis.....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>36</b>
3.1 Lokasi Penelitian.....	36
3.2 Variabel Penelitian.....	36
3.3 Definisi Operasional Variabel .....	37
3.4 Instrumen dan Alat Pengumpul Data.....	40
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5.1 Jenis Data.....	43
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.6 Populasi dan Sampel.....	43
3.7 Metode Analisis Data.....	45
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1 Karakteristik Konsumen.....	52
4.1.1 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.1.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	53
4.1.3 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan.....	53
4.1.4 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan.....	54
4.2 Uji Validitas Instrumen.....	55
4.3 Uji Reliabilitas.....	59

4.4 Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon.....	61
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	67
4.7 Rata-rata Hitung.....	71
BAB V PENUTUP.....	76
5.1 Kesimpulan.....	76
5.2 Saran .....	79
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	85



## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin..... 52
4.2	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia..... 53
4.3	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Pendidikan ..... 53
4.4	Karakteristik Konsumen Berdasarkan Penghasilan ..... 54
4.5	Hasil Uji Validitas Keyakinan Pocari Sweat..... 55
4.6	Hasil Uji Validitas Keyakinan Powerade Isotonik..... 56
4.7	Hasil Uji Validitas Evaluasi..... 57
4.8	Hasil Uji Validitas Keyakinan Normatif Pocari Sweat..... 57
4.9	Hasil Uji Validitas Keyakinan Normatif Powerade Isotonik..... 58
4.10	Hasil Uji Validitas Motivasi..... 59
4.11	Hasil Uji Reliabilitas..... 60
4.12	Hasil Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon (Sikap Konsumen Terhadap Atribut Manfaat Produk)..... 62
4.13	Hasil Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon Terhadap Minat Beli..... 66
4.14	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pocari Sweat..... 68
4.15	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Powerade Isotonik..... 69
4.16	Rata-rata Hitung Sikap Pocari Sweat dan Powerade Isotonik..... 72
4.17	Rata-rata Hitung Norma Subyektif Pocari Sweat dan Powerade Isotonik..... 73
4.18	Rata-rata Hitung Minat Beli..... 74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar		Halaman
2.1	Teori Model Tindakan Yang Beralasan.....	23
2.2	Model Teoritis.....	34



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
I	Kuesioner Penelitian.....	85
II	Data Karakteristik Konsumen.....	90
III	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	92
IV	Hasil Kuesioner.....	103
V	Data Sikap.....	113
VI	Data Norma Subyektif .....	117
VII	Hasil Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon .....	121
VIII	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	124
IX	Rata-rata Hitung .....	126
X	Tabel Perbandingan .....	127

