

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN RIWAYAT HDUP	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
HALAMAN MOTTO.....	viii
ABSTRAK INDONESIA	ix
ABSTRAK INGGRIS.....	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penulisan.....	
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Bauran Pemasaran.....	10
2.2 Bauran Komunikasi Pemasaran	11
2.3 Iklan.....	13
2.3.1 Pengertian Iklan	13
2.3.2 Tujuan Iklan	14
2.3.3 Pesan Iklan	14
2.3.4 Daya Tarik Iklan.....	17
2.4 Efektivitas Iklan.....	17
2.5 AISAS Model.....	18

2.6 Penelitian Terdahulu	21
2.7 Kerangka Pikir	23

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.....	24
3.2 Sumber Data.....	24
3.3 Metode Pengumpulan Data	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.4.1 Populasi.....	25
3.4.2 Sampel.....	25
3.5 Variabel Penelitian.....	26
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	27
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	27
3.7.1 Uji Validitas Instrumen	27
3.7.2 Uji Reliabilitas Instrumen	28
3.8 Metode Analisis Data	29
3.8.1 AISAS Model	29

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data.....	32
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden	32
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	35
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	37
4.2.1 Hasil Uji Validitas	37
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas	39
4.3 Hasil Analisis Data	39

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	44
5.2 Saran.....	44

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN