

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi.....	8
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	9

BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi.....	10
2.1.2 Public Relations atau Humas.....	12
2.2 Komunikasi Pemasaran.....	13
2.2.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran.....	14
2.2.2 Pengertian Iklan.....	16
2.2.3 Dimensi Iklan.....	16
2.3 Perilaku Konsumen.....	21
2.3.1 Minat Beli.....	22
2.3.2 Hubungan Antara Iklan dan Minat Beli.....	24
2.4 Penelitian Terdahulu.....	26
2.5 Kerangka Penelitian.....	36
2.6 Hipotesis Penelitian.....	38
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	38
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian.....	39
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	39
3.2.1 Variabel Operasional.....	39

3.2.2 Skala Pengukuran.....	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	44
3.3.1 Populasi.....	44
3.3.2 Sampel.....	45
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.5.1 Uji Validitas.....	47
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	50
3.6.2 Methode of Succesive Interval (MSI).....	52
3.6.3 Uji Asumsi Klasik.....	53
3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	53
3.6.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	54
3.7 Pengujian Hipotesis.....	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Pengumpulan Data	56
4.2 Karakteristik Responden	57

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Konsumsi Mie Instan per Bulan	61
4.3 Hasil Penelitian	62
4.3.1 Tanggapan Responden Mengenai Iklan Mie Sedaap versi Choi Siwon...	62
4.3.2 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Mie Sedaap.....	65
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	67
4.3.4 Uji Regresi Linier Sederhana	69
4.3.5 Koefisien Determinasi	71
4.3.6 Uji Hipotesis	71
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan	74

5.2.2 Saran Bagi Penelitian Selanjutnya	76
---	----

DAFTAR PUSTAKA	77
-----------------------------	-----------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Dimensi Iklan	17
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	41
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	44
Tabel 3.3 Uji Validitas	48
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas	50
Tabel 3.5 Kriteria Interpretasi Skor	52
Tabel 4.1 Pengumpulan Data	56
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	57
Tabel 4.3 Usia Responden	58
Tabel 4.4 Pendidikan Terakhir Responden	59
Tabel 4.5 Pendapatan Rata-Rata Responden	60
Tabel 4.6 Frekuensi Konsumsi Mie Instan Perbulan Responden	61
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Mengenai Iklan	62
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli	65
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas	67

Tabel 4.10 Nilai Koefisien Regresi	70
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi	71
Tabel 4.12 Uji t	71

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 PSY-Gangnam Style	1
Gambar 1.2 SM Entertainment	2
Gambar 1.3 Produsen Mie Instan Indonesia	3
Gambar 1.4 Choi Siwon dalam Iklan Mie Sedaap	5
Gambar 2.1 Model Komunikasi Linier	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 4.1 Grafik Normalitas	68
Gambar 4.2 Grafik Heteroskedastisitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Lampiran 2 : Hasil Konversi Data Menggunakan MSI

Lampiran 3 : Hasil Tabulasi Data

Lampiran 4 : Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas

Lampiran 5 : Hasil Uji Hipotesis