

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	iv
HALAMAN ABSTRAK	v
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Metode Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	11

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Iklan	13
B. Tujuan Iklan	14
C. Fungsi Iklan.....	16
D. Komponen Iklan.....	18

E. Jenis Iklan.....	18
F. Media Iklan dan Kekuatan Kelemahannya.....	20
G. Strategi Periklanan.....	26
H. Iklan Yang Efektif.....	27
I. Efektivitas Periklanan.....	27
J. Pengertian <i>Direct Rating Method</i> (DRM).....	28
K. Tujuan <i>Direct Rating Method</i> (DRM).....	29
L. Variabel <i>Direct Rating Method</i> (DRM).....	29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	32
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
C. Jenis Data Penelitian.....	33
D. Teknik Pengumpulan Data.....	34
E. Teknik Analisis Data.....	34

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Data Penelitian yang Dikumpulkan.....	39
B. Analisis Data Penelitian.....	46
C. Pembahasan Hasil Analisis Secara Terpadu.....	60

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kandungan, Khasiat, dan Manfaat Sehat Dari Beberapa Jenis Buah.....	3
Tabel 2.2	Berbagai Kemungkinan Tujuan Periklanan.....	15
Tabel 4.1	Hasil Pengujian Validitas Iklan Wall's Buavita.....	38
Tabel 4.2	Hasil Pengujian Reliabilitas Iklan Wall's Buavita.....	39
Tabel 4.3	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
Tabel 4.4	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4.5	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jurusan.....	43
Tabel 4.6	Faktor <i>Attention</i> Responden Terhadap Iklan Wall's Buavita.....	44
Tabel 4.7	Faktor <i>Read Througness</i> Responden Terhadap Iklan Wall's Buavita.....	47
Tabel 4.8	Faktor <i>Cognitive</i> Responden Terhadap Iklan Wall's Buavita.....	50
Tabel 4.9	Faktor <i>Affection</i> Responden Terhadap Iklan Wall's Buavita.....	53
Tabel 4.10	Faktor <i>Behavior</i> Responden Terhadap Iklan Wall's Buavita.....	56
Tabel 4.11	Tabel <i>Direct Rating</i>	59