

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Karya	v
Abstraksi	vi
Abstact	vii
Kata Pengantar	viii
Ucapan Terima Kasih	ix
Daftar Isi	xi
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel	xiv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitan	7
E. Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI

A. Pengertian Iklan	10
B. Peraturan Pemerintah tentang Penayangan Iklan	12

C. Pesan Iklan	14
D. Minat Beli	20
E. Perilaku Konsumen	22
F. Hipotesis Penelitian	24

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian	26
B. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	26
C. Jenis Data Penelitian	27
D. Teknik Pengumpulan Data	27
E. Variabel dan Pengukurannya	28
F. Teknik Analisis Data	28

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Profil Responden	32
B. Analisis Hasil Uji Validitas dan Hasil Uji Reliabilitas	34
C. Analisis Deskriptif <i>Attention, Need, Satisfaction, Visualization,</i> dan <i>Action</i>	37
D. Analisis Regresi Linier Berganda	51

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan	58
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

TABEL GAMBAR

Halaman

Gambar 1.1 .. Larangan Merokok	3
--------------------------------------	---

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 ..Market Share Rokok Kretek	2
Tabel 1.2 ..Penelitian Terdahulu	4
Tabel 4.1 ..Rekapitulasi Jawaban Berdasarkan Usia	32
Tabel 4.2 ..Rekapitulasi Jawaban Berdasarkan Pendidikan Terakhir	33
Tabel 4.3 ..Rekapitulasi Jawaban Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.4 ..Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.5 ..Hasil Uji Reliabilitas	36
Tabel 4.6 .. Pertanyaan untuk Iklan merek rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun Cita Rasa Legendaris menarik perhatian Anda	37
Tabel 4.7 .. Pertanyaan untuk Kata atau susunan kalimat iklan merek rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun Cita Rasa Legendaris yang menuliskan larangan merokok menarik perhatian Anda	38
Tabel 4.8 .. Pertanyaaan untuk Ukiran batik dalam iklan menarik perhatian	39
Tabel 4.9 .. Pertanyaan untuk Anda merasa kebutuhan untuk membedakan dengan produk lain diperoleh ketika melihat iklan rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun Cita Rasa Legendaris	40
Tabel 4.10 .. Pertanyaan untuk Anda merasa kebutuhan informasi diperoleh ketika melihat iklan rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun Cita Rasa Legendaris	41

Tabel 4.11 ..	Pertanyaan untuk Anda merasa puas terhadap iklan rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun cita rasa legendaris karena tercantum peringatan mengenai bahaya rokok yang memenuhi persyaratan dalam peraturan undang-undang yang telah ditetapkan	42
Tabel 4.12 ..	Pertanyaan untuk Anda merasa puas melihat iklan rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun cita rasa legendaris yang menceritakan perkembangan rokok dari tahun ke tahun	43
Tabel 4.13 ..	Pertanyaan untuk Iklan rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun cita rasa legendaris menggambarkan iklan rokok yang baik dimana berisi perkembangan rokok dari tahun ke tahun	44
Tabel 4.14 ..	Pertanyaan untuk Setelah melihat iklan rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun Cita Rasa Legendaris Anda mengetahui produk tersebut adalah rokok	45
Tabel 4.15 ..	Pertanyaan untuk Anda tertarik untuk membeli produk setelah melihat Iklan Dji Sam Soe versi 99 tahun cita rasa legendaris	46
Tabel 4.16 ..	Penyataan untuk Anda tertarik untuk merekomendasikan produk Dji Sam Soe versi 99 tahun cita rasa legendaris kepada orang lain	47
Tabel 4.17 ..	Pernyataan untuk Iklan rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun cita rasa legendaris membuat Anda berminat untuk mengetahui produk tersebut	48
Tabel 4.18 ..	Penyataan untuk Iklan rokok Dji Sam Soe versi 99 tahun cita rasa legendaris membuat Anda berminat untuk menggunakan produk tersebut	49

Tabel 4.19 .. Rekapitulasi Hasil Keseluruhan Jawaban Responden	50
Tabel 4.20 .. Hasil Uji Regresi	52
Tabel 4.21 .. ANOVA	56
Tabel 4.22 .. Model Summary	57