

DAFTAR ISI

Halaman Judul	1
Halaman Persetujuan Pembimbing	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Motto dan Persembahan	iv
Pernyataan Keaslian Karya	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Metodologi Penelitian	9

BAB II LANDASAN TEORI	11
A. Pengertian Manajemen	11
B. Pengertian Pemasaran	11
C. Pengertian Strategi Pemasaran dan Rencana Pemasaran	13
D. Pengertian Perilaku Konsumen	16
E. Segmentasi Pasar	19
F. Pengertian Iklan	21
G. Tujuan Iklan	22
H. Peran Iklan Dari Kacamata Konsumen	25
I. Iklan Yang Efektif	26
J. Program-Program Iklan	26
K. Anggaran Periklanan	28
L. Evaluasi Efektivitas Iklan	29
M. Strategi Periklanan	30
N. Kekuatan dan Kelemahan Iklan Media Televisi	31
O. CDM	33
 BAB III METODE PENELITIAN	 37
A. Jenis Penelitian	37
B. Ukuran Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	37
C. Jenis Data Penelitian	39
D. Teknik Pengumpulan Data	39
E. Variabel dan Pengukurannya	40

F. Teknik Analisis Data	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
A. Hasil Pengumpulan Data Penelitian	45
B. Statistik Deskriptif dan Demografi Responden	49
C. Hasil Analisis Data	54
D. Pembahasan Hasil Analisis Secara Terpadu	56
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	58
A. Simpulan	58
B. Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Gambar Model Penelitian	57
--	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Market Share Kacang Bermerek	5
Tabel 2.1 Berbagai Kemungkinan Tujuan Periklanan	23
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Data	46
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Data	48
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	51
Tabel 4.6 Responden Berdasarkan Pekerjaan	52
Tabel 4.7 Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	53
Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Data	55