

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PESETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN MOTTO & PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang	1
B. Perumusan masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Metode penelitian	8
F. Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	12
B. Pengertian Bauran Promosi (Promotion Mix) dan Variabel Variabelnya	12

C. Pengertian Iklan dan Periklanan	
1. Pengertian Iklan	15
2. Pengertian Periklanan	15
3. Fungsi-fungsi Periklanan	16
4. Tujuan Periklanan	17
5. Pengertian Slogan dan Elemen-elemen Slogan	17
6. Pesan	18
7. Elemen-elemen Penting Slogan	19
D. Pengertian Persepsi Konsumen	19
1. Proses Persepsi	20
2. Proses dalam Persepsi	21
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perkembangan Persepsi Seseorang	22
4. Pembagian Konsumen Menurut Analisis Kelompok	23
 BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	24
B. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	29
C. Media Iklan Motor Vega	36
D. Frekuensi Iklan Motor Yamaha	37
 BAB IV ANALISIS DATA	
A. Identitas Responden	38
B. Persepsi Konsumen Tentang Iklan Motor Vega	41

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1.1. Produk motor Yamáha dan harga pada tahun 2001	3
1.2. Produk motor Honda dan harga pada tahun 2001	4
1.3. Produk motor Suzuki dan harga pada tahun 2001	5
4.1. Identitas responden berdasarkan jenis kelamin	38
4.2. Identitas responden berdasarkan umur	39
4.3. Identitas responden berdasarkan pekerjaan	40
4.4. Saat konsumen melihat iklan motor Vega	41
4.5. Pemahaman responden terhadap slogan iklan Yamaha	42
4.6. Ketertarikan responden terhadap iklan	42
4.7. Apakah artis yang ditampilkan sesuai dengan tema iklan	43
4.8. Apakah artis yang ditampilkan sesuai dengan citra produk	44
4.9. Apakah artis menjiwai peranannya	44
4.10. Apakah artis terlihat over acting	45
4.11. Apakah latar belakang musik tidak sesuai dengan tema iklan	46
4.12. Apakah pesan iklan mudah dimengerti	46
4.13. Apakah pesan iklan kurang masuk akal	47
4.14. Apakah motto iklan sangat populer	48
4.15. Apakah pesan iklan tidak memotivasi orang untuk membeli	48
4.16. Apakah pesan iklan tidak kreatif	49

4.17.	Apakah sudut pengambilan gambar sangat baik	50
4.18.	Apakah menyerang/menjatuhkan iklan produk sejenis	51
4.19.	Apakah durasi terlalu panjang (30 detik)	52
4.20.	Apakah frekuensi penayangan kurang sering	52
4.21.	Apakah lebih menekankan pada lelucon	53
4.22.	Apakah iklan kurang menjelaskan manfaat produk	54
4.23.	Apakah hanya bagian awal iklan yang menarik perhatian	55
4.24.	Apakah dialog dalam iklan sangat komunikatif	55
4.25.	Apakah lokasi pengambilan iklan cocok dengan tema	56
4.26.	Apakah lebih baik dari iklan produk sejenis	57
4.27.	Minat responden untuk membeli	57
4.28.	Responden termasuk konsumen yang loyal terhadap Yamaha	58

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	Halaman
1. Daftar questioner untuk responden mengenai persepsi konsumen terhadap iklan motor Vega pada CV. Thamrin Bersaudara Palembang	64