

DAFTAR ISI

| | |
|---|-----------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI..... | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK..... | vi |
| ABSTRACT..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | vii |
| DAFTAR TABEL..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| I. PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 LatarBelakang..... | 1 |
| 1.2 IdentifikasiMasalah..... | 8 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 8 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 9 |
| 1.5.1 Manfaat Akademis..... | 9 |
| 1.5.2 Manfaat Praktis..... | 9 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 9 |
| II. KAJIAN PUSTAKA..... | 11 |
| 2.1 Konsep Pemasaran..... | 11 |
| 2.2 Perilaku Konsumen..... | 12 |
| 2.2.1 Definisi Perilaku Konsumen..... | 12 |
| 2.2.2 Elemen Perilaku Konsumen | 13 |
| 2.2.3 Peranan Individu dalam proses Pembelian | 14 |
| 2.2.4 Model Hierarchy Of Effect..... | 15 |
| 2.2.5 Pengertian periklanan | 15 |
| 2.2.6 Model Attitude toward the ad..... | 17 |
| 2.2.7 Fungsi Periklanan | 19 |
| 2.2.8 Tujuan Periklanan..... | 20 |
| 2.2.9 Daya Tarik Periklanan | 21 |
| 2.3 Kesadaran Merek | 22 |

| | |
|---|-----------|
| 2.3.1 Pengertian Kesadaran Merek (Brand Awareness)..... | 22 |
| 2.3.2 Tingkat Kesadaran Merek | 22 |
| 2.4 Niat Pembelian Konsumen | 24 |
| 2.4.1 Tahap-Tahap Niat Beli Konsumen | 26 |
| 2.4.2 Fungsi Sikap dan Strategi Mengubah Sikap Konsumen | 29 |
| 2.5 Kajian Penelitian Terdahulu | 30 |
| III. METODE PENELITIAN..... | 32 |
| 3.1 Kerangka Berfikir Penelitian | 32 |
| 3.2 Hipotesis Penelitian | 33 |
| 3.3 Desain Penelitian dan Prosedur Penelitian | 33 |
| 3.4 Defenisi Operasional Variabel..... | 35 |
| 3.4.1 Variabel Independent..... | 35 |
| 3.4.2 Variabel Dependent | 36 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.6 Populasi dan Sampel..... | 38 |
| 3.7 Metode Analisis Data | 38 |
| 3.7.1 Analisis Awal | 38 |
| 3.7.2 Pengujian Hipotesa Penelitian | 39 |
| 3.8 Bagan Prosedur Penelitian..... | 41 |
| IV. HASIL DAN PEMBAHASAN | 42 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 42 |
| 4.1.1 Profil Perusahaan | 42 |
| 4.1.2 Statistik Deskriptif Responden | 42 |
| 4.2 Hasil Uji KualitasData..... | 46 |
| 4.2.1 Faktor Analisis Untuk Uji Validitas | 46 |
| 4.2.2 Uji Reabilitas | 47 |
| 4.3 Uji ANOVA..... | 48 |
| 4.3.1 Uji Hipotesis | 49 |
| 4.4 Pembahasan Hasil Penelitian | 51 |
| 4.4.1 Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 1..... | 51 |
| 4.4.2 Pembahasan Hasil Penelitian Hipotesis 2..... | 52 |
| 4.5 Implementasi Menejerial | 54 |
| V. KESIMPULAN DAN SARAN | 64 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 64 |

| | |
|--|----|
| 5.2 Keterbatasan Penelitian | 64 |
| 5.3 Saran | 65 |
| DAFTAR PUSTAKA | 66 |
| LAMPIRAN KUESIONER | 69 |
| LAMPIRAN DATA KUESIONER | 72 |
| LAMPIRAN HASIL UJI ONE WAY ANOVA | 78 |
| LAMPIRAN FOTO IKLAN MOLTO | 88 |
| CURICULUM VITAE..... | 91 |