

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii

BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Secara Teoritis.....	8
1.4.2 Secara Praktis.....	9
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TUJUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Tinjauan Pustaka.....	11
2.1.1 Definisi Komunikasi.....	11
2.1.2 Definisi Media.....	13
2.1.3 Definisi Televisi.....	15
2.1.3.1 Unsur-Unsur Iklan Televisi.....	16
2.1.4 Definisi Iklan.....	17
2.1.5 Definisi Daya Tarik Iklan.....	21
2.1.6 Definisi Minat Beli.....	26
2.2 Operasionalisasi Variabel.....	32
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Desain Penelitian.....	36
3.2 Sumber Data.....	37
3.3 Bahan Penelitian Dan Unit Analisis.....	37
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5 Reabilitas Dan Validitas Alat Ukur.....	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	43

BAB IV	HASIL PENELITIAN.....	44
4.1	Sumber Penelitian.....	44
4.2	Hasil Penelitian.....	49
4.3	Pembahasan.....	57
BAB V	PENUTUP.....	68
5.1	Kesimpulan.....	68
5.2	Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....		70
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....		72
LAMPIRAN.....		74