

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Pemasaran.....	8
2.2 Periklanan.....	11
2.2.1 Tujuan Iklan	13
2.3 Iklan dan Media Televisi.....	15
2.3.1 Media Televisi dan Iklan Televisi.....	16
2.3.2 Isi pesan iklan Televisi.....	18

2.4 Efek iklan	20
2.5 Pengukuran Efek Iklan.....	22
2.6 Respon Kognitif	23
2.7 Oprasional Variabel	26
2.8 Kerangka Pemikiran.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian.....	31
3.2 Sumber data.....	32
3.2.1 Populasi	32
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.5 Reliabelitas dan Validitas.....	36
3.5.1 Reliabilitas	36
3.5.2 Validitas	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	42

BAB IV PEMBAHASAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	44
4.1.1 PT. Astra Honda Motor.....	44
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	47
4.1.3 Kegiatan Promosi Honda	48

4.2 Respon Kognitif Mahasiswa Fikom.....	48
4.2.1 Identitas Responden	49
4.2.2 Awareness	50
4.2.3 Knowledge	56
4.3 Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran – 1

Lampiran – 2

Lampiran – 3

Lampiran – 4

Lampiran – 5