

## DAFTAR ISI

	Hal
<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Lembar Persetujuan</b> .....	ii
<b>Lembar Pengesahan</b> .....	iii
<b>Kata Pengantar</b> .....	iv
<b>Abstraksi</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	viii
<b>Daftar Tabel</b> .....	xi
<b>Daftar Gambar</b> .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah .....	5
C. Perumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	6
F. Sistematika Penulisan .....	7
<b>BAB II. LANDASAN TEORI</b>	
A. Marketing Mix .....	10
B. Produk .....	11
C. Harga .....	12
D. Distribusi .....	15

E. Promosi .....	16
F. Bauran Promosi .....	18
G. Pengertian Periklanan .....	23
H. Tujuan Periklanan .....	25
I. Efektifitas Periklanan .....	26
J. Langkah-Langkah Periklanan Yang Efektif .....	27
K. Pengertian Respon Konsumen .....	34
L. Customer Response Index (CRI) .....	35
M. Strategi Komunikasi Untuk Menaikkan CRI .....	37
N. Kerangka Pemikiran .....	38
O. Hipotesa .....	40

### **BAB III. METODE PENELITIAN**

A. Tempat dan Waktu Penelitian .....	41
B. Jenis dan Sumber Data .....	41
C. Populasi dan Sampel .....	42
D. Metode Pengumpulan Data .....	43
E. Metode Analisa Data .....	43
F. Definisi Operasional Variabel .....	45

### **BAB IV. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

A. Sejarah Umum Perusahaan .....	47
B. Karakteristik Responden .....	51

**BAB V. ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

A. Analisis Customer Responsibility Index (CRI) .....	56
B. Analisis Ranking CRI .....	64
C. Pembuktian Hipotesa .....	65

**BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68

<b>Daftar Pustaka</b> .....	69
-----------------------------	----

<b>Lampiran-lampiran</b> .....	70
--------------------------------	----