

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG	i
TANDA PENGESAHAN SIDANG	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Pustaka	
2.1.1 Komunikasi Periklanan	7
2.2 Pengertian Media Periklanan	8
2.2.1 Jenis Media Periklanan.....	9
2.3 Efektifitas Periklanan.....	11
2.4 Efektivitas Media Periklanan	15

2.5	Operasionalisasi Variabel.....	16
2.6	Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Desain Penelitian	19
3.2	Populasi dan Sampel.....	20
3.3	Bahan Penelitian	22
3.4	Tenik Pengumpulan Data	22
3.5	Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur	23
3.6	Teknik Analisis Data	25
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
4.1	Subjek Penelitian	
4.1.1	Sejarah Starbucks Coffee.....	27
4.1.2	Profil Starbucks Coffee Indonesia.....	33
4.2	Hasil Penelitian	40
4.2.1	Profil Responden Menurut Usianya	41
4.2.2	Profil Responden Menurut Jenis Kelamin.....	42
4.2.3	Profil Responden Menurut Status Pernikahan.....	42
4.2.4	Profil Responden Menurut Tingkat Pendapatan	44
4.2.5	Profil Responden Menurut Domisili.....	44
4.3.1	Gambaran Efektivitas Media Promosi Starbucks.....	45
4.4	Pembahasan	53
4.4.1	Pengetahuan Responden promosi Buy One Get One.....	53
4.4.2	Pengambilan Keputusan mengunjungi Starbucks MTA.....	55

BAB V PENUTUP

5.1	Kesimpulan	57
5.2	Saran-Saran	59

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1 : Kuesioner

Lampiran-2 : Tabel *Test-Retest*