

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	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Secara Teoritis	7
1.4.2 Secara Praktis	7
1.5 Sistematika Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian komunikasi.....	9
2.1.1 periklanan.....	9
2.2 Pengertian Komunikasi Massa	10
2.3 Iklan Dalam Proses Pemasaran	11
2.4 Media Periklanan	12

2.5	Kemasan.....	14
2.5.1	Masalah Etika dalam Kemasan.....	15
2.6	Daya Tarik.....	15
2.6.1	Daya tarik desain kemasan.....	16
2.7	Brand Awareness.....	19
2.8	Keputusan Membeli.....	20
2.9	Operasionalisasi variabel.....	21
2.10	Kerangka pemikiran.....	23
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Desain Penelitian	24
3.2	Sumber Data	25
3.2.1	Populasi.....	25
3.2.2	Sampel.....	25
3.3	Bahan Penelitian dan Unit Analisis	26
3.4	Tenik Pengumpulan Data	27
3.5	Realibilitas dan Validitas Alat Ukur	27
3.6	Teknik Analisis Data	30
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
4.1	Subjek Penelitian	
4.1.1	Sekilas PT. Yuasa Battery Indonesia.....	31
4.1.2	Aki YUASA versi Black Box.....	33
4.2	Hasil Penelitian	34

4.2.1	Identitas Responden	34
4.2.2	Hasil Jawaban Responden	36
4.2.2.1	Daya tarik desain kemasan.....	36
4.2.2.2	Keputusan membeli	41
4.3	Pembahasan.....	45
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	49
5.2	Saran-Saran	50

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1 : Kuesioner

Lampiran-2 : Tabel *Test-Ritest*

Lampiran-3 : Tabel Induk