

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Dan Pembatasan Masalah.....	4
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kebijakan Penetapan Promosi.....	9
B. Pengertian Periklanan.....	12
C. Tujuan Periklanan.....	14
D. Langkah-langkah Periklanan.....	15
E. Media Iklan.....	16

F. Pengertian Bauran Pemasaran.....	18
G. Pengertian Respon Konsumen.....	20
H. Customer Response Index.....	20
I. Kerangka Pemikiran.....	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	24
B. Jenis dan Sumber Data.....	24
C. Populasi dan Sampel.....	25
D. Metode Pengumpulan Data.....	25
E. Metode Analisa Data.....	26
F. Definisi Operasional Variabel.....	29
BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Gambaran Umum Responden.....	30
B. Karakteristik.....	32
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Persentase Responden Menurut Media Iklan.....	35
B. Efektivitas Media Iklan Axis.....	36
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	53