

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	2
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penelitian .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>11</b>
2.1 Pengertian Komunikasi.....	11
2.2 Pengertian Periklanan .....	14
2.3 Televisi Sebagai Media Iklan .....	15
2.4 Daya Tarik Iklan .....	20
2.5 Pengaruh <i>Endoser</i> .....	26

2.6 Minat Beli .....	29
2.7 Oprasional Variabel .....	33
2.8 Kerangka Pemikiran .....	36
<b>BAB III Metode Penelitian .....</b>	<b>38</b>
3.1 Desain Penelitian .....	38
3.2 Sumber Data .....	38
3.2.1 Populasi .....	39
3.2.2 Sampel .....	39
3.3 Bahan Penelitian dan Unit Analisis .....	41
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5 Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur .....	42
3.5.1 Reliabilitas .....	42
3.5.2 Validitas Alat Ukur .....	47
3.6 Teknik Analisis Data .....	47
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>49</b>
4.1 Subjek Penelitian .....	49
4.1.1 Gambaran singkat Mengenai VJ. Daniel sebagai <i>endoser</i> ..	49

4.1.2	Profil Anggota Klub Motor Matic Elegant .....	50
4.2	Hasil penelitian .....	51
4.2.1	Identitas Responden .....	51
4.2.2	Variabel X (Pengaruh <i>Endoser</i> ) .....	54
4.2.3	Variabel Y (Minat Beli) .....	61
4.3	Pembahasan .....	73
BAB V PENUTUP .....		79
5.1	Kesimpulan .....	79
5.2	Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....		81
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....		84
LAMPIRAN		
Lampiran-1	: Kuesioner	
Lampiran-2	: Codingsheet	
Lampiran-3	: Storyboard Honda Vario Techno 110cc	
Lampiran-4	: Hasil Pearson Product Moment	