

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi dan Pembatasan Masalah.....	4
C. Perumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran.....	9
B. Promosi.....	10

	C. Periklanan.....	13
	D. Pengertian Efektifitas Periklanan.....	25
	E. Perilaku Konsumen.....	27
	F. EPIC Model.....	28
	G. Penelitian Terdahulu.....	29
	H. Kerangka Pikir Penelitian.....	31
	I. Hipotesa.....	33
BAB III	: METODE PENELITIAN	
	A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
	B. Jenis dan Sumber Data.....	34
	C. Populasi dan Sampel.....	34
	D. Metode Pengumpulan Data.....	36
	E. Persentase Responden Menurut Media Iklan.....	36
	F. Metode Analisis Data.....	38
	G. Definisi Operasional Variabel.....	42
BAB IV	: GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Perusahaan.....	45
	B. Visi Dan Misi Perusahaan.....	48
	C. Struktur Organisasi.....	48
	D. Produk Usaha.....	50

	E. Strategi Pemasaran.....	51
	F. Karakteristik Responden.....	53
BAB V	: ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Perhitungan Data.....	58
	B. Pembahasan Masing – Masing Media.....	59
	1. Analisis EPIC Model Media Televisi.....	59
	2. Analisis EPIC Model Media Surat Kabar.....	68
	3. Analisis EPIC Model Media Majalah.....	78
	4. Analisis EPIC Model Media Radio.....	87
	C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	96
	1. Berdasarkan Media.....	97
	2. Berdasarkan Dimensi EPIC Model.....	99
BAB VI	: KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan.....	102
	B. Saran.....	103

DAFTAR PUSTAKA