

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Porsi Kuesioner Untuk Masing – Masing Media Iklan Sari Roti....	37
Tabel 3.2 Indikator Operasional Variabel Penelitian.....	44
Tabel 4.1 Produk Sari Roti.....	51
Tabel 4.2 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.4 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.5 Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
Tabel 4.6 Jumlah Responden Berdasarkan Pengeluaran Per Bulan.....	56
Tabel 4.7 Jumlah Responden Berdasarkan Pengetahuan Responden Tentang Media Iklan.....	57
Tabel 5.1 Uji Validitas Dan Realibilitas EPIC.....	58
Tabel 5.2 Efektivitas Dimensi <i>Empathy</i> Media Televisi.....	60
Tabel 5.3 Efektivitas Dimensi <i>Persuasion</i> Media Televisi.....	61
Tabel 5.4 Efektivitas Dimensi <i>Impact</i> Media Televisi.....	63
Tabel 5.5 Efektivitas Dimensi <i>Communication</i> Media Televisi.....	65
Tabel 5.6 Efektivitas Dimensi <i>Empathy</i> Media Surat Kabar.....	69
Tabel 5.7 Efektivitas Dimensi <i>Persuasion</i> Media Surat Kabar.....	70
Tabel 5.8 Efektivitas Dimensi <i>Impact</i> Media Surat Kabar.....	72
Tabel 5.9 Efektivitas Dimensi <i>Communication</i> Media Surat Kabar.....	74

Tabel 5.10 Efektivitas Dimensi <i>Empathy</i> Media Majalah.....	78
Tabel 5.11 Efektivitas Dimensi <i>Persuasion</i> Media Majalah.....	80
Tabel 5.12 Efektivitas Dimensi <i>Impact</i> Media Majalah.....	81
Tabel 5.13 Efektivitas Dimensi <i>Communication</i> Media Majalah.....	83
Tabel 5.14 Efektivitas Dimensi <i>Empathy</i> Media Radio.....	87
Tabel 5.15 Efektivitas Dimensi <i>Persuasion</i> Media Radio.....	89
Tabel 5.16 Efektivitas Dimensi <i>Impact</i> Media Radio.....	91
Tabel 5.17 Efektivitas Dimensi <i>Communication</i> Media Radio.....	93
Tabel 5.18 Efektivitas Iklan Sari Roti Dengan EPIC Model.....	97