

PERSEMBAHAN

1. *Special thank's for* mama, papa, adik – adik, dan om dan tante ku yang selama ini telah menyanyangi dan mengasihi dengan tulus yang sungguh tak ternilai harganya, terima kasih atas semangat yang telah kalian berikan. Terima kasih mama, papa, yang tiada hentinya memanjatkan doa agar kelak dapat membanggakan kalian.
2. *My beloved*, Chairul Angka Wijaya. Terima kasih buat segala doa – doanya, dukungan, semangat, kasih sayang dan perhatian yang telah diberikan. Serta terima kasih atas segala bantuan dan masukannya agar dapat segera menyelesaikan skripsi ini. *You really convinced me, if I can do it and believe it will be beautiful in time.*
3. *My Best Friends especially for* radit, dina, fairuz, dan inka yang telah mendoakan dan memberikan motivasi. Terima kasih atas segala masukan, semangat serta hiburan yang membuat penulis menjadi *relax* dan optimis dalam menyelesaikan skripsi ini. *You're still be my best friend.*

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN DAN GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Tinjauan Pustaka	10
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.1.2 Komunikasi Massa	11
2.1.3 Periklanan	13
2.1.3.1 Fungsi – Fungsi Periklanan	14

2.1.4	Iklan	16
2.1.4.1	Media Periklanan	18
2.1.4.2	Iklan Televisi	19
2.1.4.3	Menonton Iklan Televisi	23
2.1.5	Daya Tarik	26
2.1.6	Minat Beli	33
2.1.7	Hubungan Daya Tarik Iklan TVC Honda Supra X 125 <i>Helm In</i> dengan Minat Beli Para Mahasiswa Universitas Esa Unggul angkatan 2009 dengan Model AIDA	36
2.2	Operasionalisasi Variabel	40
2.2.1	Variabel X – Daya Tarik	40
2.2.2	Variabel Y – Minat Beli	41
2.3	Kerangka Pemikiran	42

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	43
3.2	Populasi dan Sampel	44
3.2.1	Populasi	44
3.2.2	Sampel	45
3.3	Bahan Penelitian dan Unit Analisis	48
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5	Reliabilitas dan Validitas	51
3.6	Teknik Analisis Data	56

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Subyek Penelitian	58
4.1.1	Gambaran umum PT. Astra Honda	58
4.1.2	Honda Supra X 125 <i>Helm In</i>	62

4.1.3	Mahasiswa Universitas Esa Unggul	69
4.2	Hasil Penelitian	69
4.2.1	Profil Responden	70
4.2.2	Variabel Daya Tarik iklan TVC Honda Supra X 125 <i>Helm In</i>	70
4.2.3	Variabel Minat Beli Honda Supra X 125 <i>Helm In</i>	80
4.3	Pembahasan	88
4.3.1	Daya Tarik Iklan TVC Honda Supra X 125 <i>Helm In</i>	89
4.3.2	Minat Beli Mahasiswa Aktif Universitas Esa Unggul Angkatan 2009	90
4.3.3	Hubungan Daya Tarik Iklan TVC Honda Supra X 125 <i>Helm In</i> terhadap Minat Beli Mahasiswa Aktif Universitas Esa Unggul Angkatan 2009.....	91
 BAB V PENUTUP		93
5.1	Kesimpulan	93
5.2	Saran.....	95

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Surat Pernyataan

Kartu Bimbingan

Kuesioner

Tabel Test Retest

Tabel Induk

Tabel Frekuensi Variabel X dan Tabel Frekuensi Variabel Y

Hasil SPSS Variabel X dan Hasil SPSS Variabel Y

Storyboard Iklan TVC Honda Supra X 125 *Helm In*

Lirik *Jingle* Iklan TVC Honda Supra X 125 *Helm In*

Data Mahasiswa Universitas Esa Unggul Angkatan 2009