

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I    PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	8
1.3    Tujuan Penelitian .....	9
1.4    Manfaat Penelitian .....	9
1.5    Sistematika Penulisan .....	10
BAB II    KERANGKA TEORI .....	12
2.1    Tinjauan Pustaka .....	12
2.1.1    Komunikasi Pemasaran .....	12
2.1.2    Iklan .....	14
2.1.3    Televisi Sebagai Media Iklan .....	19
2.1.4    Efek Iklan .....	21
2.1.5    Loyalitas .....	22
2.1.6    Faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas ..	25
2.1.7    Pengetahuan .....	31
2.1.8    Citra Merek .....	34

2.2	Operasionalisasi Variabel .....	37
2.3	Kerangka Pemikiran .....	41
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>42</b>
3.1	Desain Penelitian .....	42
3.2	Populasi .....	43
3.3	Sampel .....	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.5	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur .....	49
3.5.1	Validitas .....	49
3.5.2	Reliabilitas .....	45
3.6	Teknis Analisis Data .....	54
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>56</b>
4.1	Subjek Penelitian .....	56
4.1.1	Gambaran Umum tentang Advertiser dan Agency .....	56
4.1.1.1	Gambaran Umum PT. Indofood Fritolay Makmur .....	56
4.1.1.2	Gambaran Umum PT. Dinamika Identa Pratama (DIPRA) .....	58
4.1.2	Gambaran Tentang Produk dan Iklan TVC Chitato Potato Chips .....	62
4.1.2.1	Produk Makanan Ringan Chitato Potato Chips .....	62
4.1.2.2	Iklan TVC Chitato Potato Chips.....	64

4.2	Hasil Penelitian .....	65
4.2.1	Profil Responden .....	66
4.2.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
4.2.1.2	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan .....	66
4.2.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Terpan Televisi .....	67
4.2.2	Pengetahuan .....	69
4.2.3	Citra Merek .....	78
4.2.4	Loyalitas .....	87
4.3	Pembahasan .....	92
4.3.1	Pengetahuan Responden Terhadap Produk Berdasarkan Indikator .....	93
4.3.2	Citra Merek Bagi Responden Terhadap Produk Berdasarkan Indikator .....	95
4.3.3	Loyalitas Responden Terhadap Produk Berdasarkan Indikator .....	97
BAB V	PENUTUP .....	99
5.1	Kesimpulan .....	99
5.2	Saran – saran .....	101
	DAFTAR PUSTAKA .....	102
	DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	106

## LAMPIRAN

Lampiran-1 : Surat Keterangan Penelitian

Lampiran-2 : Kuesioner

Lampiran-3 : Tabel Induk Penelitian

Lampiran-4 : Tabel Induk Test-Retest

Lampiran-5 : Rangkuman

Lampiran-6 : Pearson Product Moment

Lampiran-7 : Storyboard Iklan TVC Chitato versi Body Wave

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Elemen Pokok Dalam Komunikasi Pemasaran.....	13
Tabel 2	Operasionalisasi Variabel .....	37
Tabel 3	Populasi Pelajar Kelas XII SMU Negeri 95 Jakarta .....	44
Tabel 4.	Perhitungan Kelas .....	47
Tabel 5	Test-Retest .....	52
Tabel 6	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
Tabel 7	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran Setiap Bulan .....	67
Tabel 8	Klasifikasi Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat TV .....	67
Tabel 9	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Melihat Iklan Chitato Di Televisi .....	68
Tabel 10	Klasifikasi Responden Berdasarkan Melihat Dimana Iklan Chitato .....	68
Tabel 11	Pengetahuan Responden Terhadap Merek Chitato Potato Chips .....	69
Tabel 12	Pengetahuan Responden Terhadap Kategori Produk Chitato Potato Chips .....	70
Tabel 13	Pengetahuan Responden Terhadap Bentuk Produk Chitato Potato Chips .....	70
Tabel 14	Pengetahuan Responden Terhadap Varian Rasa Produk Chitato Potato Chips .....	71

Tabel 15 Pengetahuan Responden Terhadap Produsen Produk	
Chitato Potato Chips versi Body Wave .....	71
Tabel 16 Pengetahuan Responden Terhadap Endorser Pada Iklan	
Chitato Potato Chips .....	72
Tabel 17 Pengetahuan Responden Tagline Pada Iklan	
Chitato Potato Chips .....	72
Tabel 18 Pengetahuan Responden Terhadap Logo Produk	
Chitato Potato Chips .....	73
Tabel 19 Pengetahuan Responden Terhadap Alur Cerita Pada Iklan	
Chitato Potato Chips .....	73
Tabel 20 Pengetahuan Responden Terhadap Setting Lokasi Pada Iklan	
Chitato Potato Chips .....	74
Tabel 21 Pengetahuan Responden Terhadap Pesan yang	
Disampaikan Pada Iklan Chitato Potato Chips .....	75
Tabel 22 Pengetahuan Responden Terhadap Konsep Cerita Pada Iklan	
Chitato Potato Chips .....	75
Tabel 23 Pengetahuan Responden Terhadap Lokasi Endorser Pada	
Saat Pertama Muncul Pada Chitato Potato Chips .....	76
Tabel 24 Pengetahuan Responden Terhadap Apa Yang Dilakukan	
Endorser Pada Iklan Chitato Potato Chips .....	76
Tabel 25 Pengetahuan Responden Terhadap Solusi Yang Diberikan	
Pada Iklan Chitato Potato Chips .....	77
Tabel 26 Rekapitulasi Pengetahuan .....	78
Tabel 27 Citra Merek “Rasa Yang Sesuai Selera” .....	79
Tabel 28 Citra Merek “Kualitas Kentang yang Renyah” .....	80

Tabel 29 Citra Merek “Varian Rasa yang Banyak” .....	80
Tabel 30 Citra Merek “Bentuk Kentang yang Khas” .....	81
Tabel 31 Citra Merek “Kemasan Produk yang Menarik” .....	82
Tabel 32 Citra Merek “Harga Produk yang Terjangkau” .....	82
Tabel 33 Citra Merek “Mudah Didapatkan” .....	83
Tabel 34 Citra Merek “Cocok menjadi teman disegala aktivitas .....	84
Tabel 35 Citra Merek “Macam-macam ukuran kemasan” .....	84
Tabel 36 Citra Merek “Produsen selalu memproduksi Produk-produk berkualitas .....	85
Tabel 37 Rekapitulasi Citra Merek .....	86
Tabel 38 Loyalitas “Bersedia membeli ulang” .....	88
Tabel 39 Loyalitas “Bersedia Setia pada merek” .....	88
Tabel 40 Loyalitas “Bersedia menginformasikan keunggulan produk” .....	89
Tabel 41 Loyalitas “Bersedia menjaga nama baik merek .....	90
Tabel 42 Loyalitas “Bersedia membayar lebih pada merek” .....	90
Tabel 43 Rekapitulasi Loyalitas .....	92

## DAFTAR GAMBAR (BAGAN)

Gambar 2.1	Model Hierarchy Of Effect Lavidge and Steiner .....	27
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran .....	41