

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Identifikasi Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Pemasaran	7
2.2 Periklanan	8
2.3 Tujuan Periklanan	9
2.4 Media Televisi	10
2.5 Terpaan Iklan	12
2.6 Pemahaman	13
2.7 Teori Membedah Masalah	14
2.8 Operasional Variabel	15
2.9 Hipotesis	18
2.10 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Desain Penelitian	21
3.2 Populasi	22
3.3 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.4 Bahan Penelitian dan Unit Analisis	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data	26
3.6 Validitas dan Reliabilitas	26
3.7 Teknik Analisis Data	31
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Subjek Penelitian	32
4.1 Hasil Penelitian	35
4.2 Pembahasan	46

BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	50
5.2 Saran	54
DAFTAR PUSTAKA	55
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
LAMPIRAN	