

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SIDANG	i
TANDA PENGESAHAN SIDANG	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR BAGAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi Pemasaran	10
2.2 Periklanan	12
2.2.1 Pengertian Iklan	13
2.2.2 Tujuan Iklan	14
2.2.3 Media Periklanan	17
2.3 Televisi	18
2.4 Kredibilitas Endorser	20

2.5	Citra Merek	24
2.6	Teori Persuasif	26
2.7	Operasional Variabel	27
2.8	Kerangka Pemikiran	30
BAB III	METODE PENELITIAN	
3.1	Desain Penelitian	31
3.2	Sumber Data	32
3.2.1.	Populasi	32
3.2.2.	Sampel	33
3.3	Bahan Penelitian dan Unit Analisis	36
3.4	Validitas dan Realibilitas Alat Ukur	36
3.4.1	Uji Validitas	36
3.4.2	Uji Realibilitas	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	39
3.6	Teknik Analisis Data	43
BAB IV	HASIL PENELITIAN	
4.1	Gambaran Umum Subjek Penelitian	44
4.1.1	Sejarah PT. Astra Honda Motor	44
4.1.2	Iklan Honda Vario Techno 125 Injeksi	47
4.2	Hasil Penelitian	50
4.2.1	Identitas Responden	50
4.2.2	Hasil Penelitian Variabel X	54

4.2.3	Hasil Penelitian Varibel Y	60
4.3	Pembahasan	67
BAB V PENUTUP		
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran-Saran	73

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

Lampiran-1 : Kuesioner

Lampiran-2 : Tabel *Test-Ritest*

Lampiran-3 : Tabel Induk