

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
KATA PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah dan Pembatasan Penelitian	7
C. Perumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	10

BAB II Landasan Teori

A.	Komunikasi Pemasaran	12
1.	Model Komunikasi	13
B.	Perilaku Konsumen	14
C.	Periklanan	15
1.	Pengertian Iklan	15
2.	Daya Tarik Iklan	15
3.	Fungsi Iklan	16
D.	Iklan Televisi	17
1.	Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	18
2.	Pesan Iklan Televisi	19
E.	<i>Celebrity Endorser</i>	22
1.	Jenis-Jenis <i>Celebrity Endorser</i>	23
2.	Atribut <i>Celebrity Endorser</i>	24
F.	Keputusan Pembelian	25
1.	Faktor-Faktor Keputusan Pembelian	26
2.	Proses Keputusan Pembelian ..	30
G.	Penelitian Terdahulu	34
H.	Model Penelitian	36
1.	Hubungan Pesan Iklan Dengan Keputusan Pembelian	37
2.	Hubungan <i>Celebrity Endorser</i> Dengan Keputusan Pembelian ..	38
I.	Kerangka Berpikir Penelitian	38

J. Hipotesis.....	41
-------------------	----

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian	42
B. Jenis dan Sumber Data	42
C. Populasi dan Sampel.....	43
D. Metode Pengumpulan Data	45
E. Metode Analisa Data	46
F. Variabel Operasional dan Definisi Operasional	52

BAB IV GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan	57
1. Sejarah Perusahaan	57
2. Visi dan Misi Perusahaan	59
3. Ale-Ale.....	59
4. Bintang Iklan Ale-Ale	61
5. Produk Ale-Ale.....	64
B. Gambaran Umum Responden	66

BAB V Hasil Penelitian Dan Pembahasan

A. Hasil Uji Validitas	72
B. Hasil Uji Reliabilitas	75
C. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76
D. Hasil Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi R^2	77

BAB VI Hasil Penelitian Dan Pembahasan

A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	87
LAMPIRAN.....	89

DAFTAR TABEL

Nomor	Halama
1.1 <i>Top Brand Index</i>	5
1.2 <i>Market Share</i>	6
2.1 Penelitian Terdahulu	35
3.1 Nilai Range Uji Validitas	48
3.2 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	56
4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	67
4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jurusan	67
4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan.....	68
4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidak Membeli	68
4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	69
4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidak Melihat iklan ...	70
4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat Iklan.....	70
5.1 Hasil Uji Validitas	72
5.2 Hasil Uji Reliabilitas	75
5.3 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	76
5.4 Hasil Analisis Uji t	78
5.5 Hasil Analisis Uji F.....	80
5.6 Koefisien Determinasi (R^2)	81

DAFTAR GAMBAR

Nomor		Halaman
2.1	Proses Pengambilan Keputusan	31
2.2	Model Penelitian	37
2.3	Kerangka Berpikir Penelitian	40
4.1	Duo Maia <i>endorser</i> Ale-Ale.....	61
4.2	Andien <i>endorser</i> Ale-Ale	62
4.3	Band Kotak <i>endorser</i> Ale-Ale.....	63
4.4	Varian Rasa Ale-Ale	64
4.5	Ale-Ale Rasa Jeruk.....	64
4.6	Ale-Ale Rasa Strawberry	65
4.7	Ale-Ale Rasa Anggur	65
4.8	Ale-Ale Rasa Sirsak	65

DAFTAR LAMPIRAN**Nomor**

1.	Kuesioner	91
2.	Tabulasi Pre Test 30 Responden	94
3.	Hasil Uji Validitas	96
4.	Hasil Uji Reliabilitas	100
5.	Karakteristik Responden	102
6.	Tabulasi 100 Responden	106
7.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	125