

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| ABSTRAK..... | i |
| KATA PENGANTAR..... | ii |
| DAFTAR ISI..... | iv |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| DAFTAR TABEL | vii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 9 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 9 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 10 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka..... | 12 |
| 2.1.1 Komunikasi..... | 12 |
| 2.1.2 Periklanan..... | 14 |
| 2.1.3 Iklan..... | 16 |
| 2.1.4 Televisi..... | 18 |
| 2.1.5 Perhatian..... | 23 |
| 2.1.6 Minat Beli..... | 24 |
| 2.1.7 Keterkaitan Antara Tingkat Perhatian dan Minat Beli... | 27 |
| 2.2 Operasional Variabel..... | 28 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran..... | 32 |
| 2.4 Hipotesis..... | 33 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 35 |
| 3.1 Desain Penelitian..... | 35 |
| 3.2 Sumber Data..... | 36 |
| 3.2.1 Populasi | 36 |
| 3.2.2 Sampel | 37 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 38 |
| 3.5 Validitas dan Reliabilitas..... | 39 |
| 3.6 Teknik Analisa Data..... | 43 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM | 44 |
| 4.1 Subjek Penelitian..... | 44 |
| 4.1.1 Sejarah Singkat PT BakrieTelecom..... | 44 |
| 4.1.2 Sejarah Esia..... | 46 |
| 4.1.3 Esia Rp 1,- | 49 |

| | |
|---|-----------|
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 51 |
| 4.2.1 Profil Responden..... | 52 |
| 4.2.2 Variabel X (Tingkat Perhatian)..... | 55 |
| 4.2.3 Variabel Y (Minat Beli)..... | 60 |
| 4.3 Pembahasan | 65 |
| BAB V PENUTUP..... | 71 |
| 5.1 Kesimpulan | 71 |
| 5.2 Saran | 72 |

DAFTAR PUSTAKA
DAFTAR RIWAYAT HIDUP
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

| | |
|-----------------------------|----|
| 2.1 Kerangka Pemikiran..... | 32 |
| 2.2 Hipotesis..... | 34 |
| 4.1 Logo Esia..... | 46 |
| 4.2 Logo Esia Rp 1,-..... | 51 |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------|--|----|
| 2.1 | AIDA..... | 27 |
| 2.2 | Variabel Perhatian..... | 28 |
| 2.3. | Variabel Minat Beli..... | 30 |
| 2.4 | Perhitungan Jumlah Warga RW 04 | 36 |
| 2.5 | Perhitungan Jumlah Warga RT 12 Jakarta Pusat..... | 37 |
| 3.3 | Hasil Test Retest..... | 42 |
| 4.2 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 52 |
| 4.3 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia..... | 53 |
| 4.4 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan.. | 53 |
| 4.5 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Pernah Melihat | 54 |
| 4.6 | Klasifikasi Responden Berdasarkan Membeli Esia..... | 55 |
| 4.7 | Teks Iklan Esia..... | 56 |
| 4.8 | Logo..... | 57 |
| 4.9 | Model Iklan..... | 57 |
| 4.10 | Lokasi Iklan..... | 58 |
| 4.11 | Tingkat Perhatian Iklan Esia..... | 59 |
| 4.12 | Memperhatikan Iklan..... | 60 |
| 4.13 | Menyukai Iklan..... | 61 |
| 4.14 | Mencari Informasi..... | 62 |
| 4.15 | Membandingkan dengan Provider yang lain..... | 63 |
| 4.16 | Ingin Membeli..... | 64 |
| 4.17 | Tingkat Minat Beli..... | 65 |
| 4.18 | Analisis Korelasi Pearson Product Moment..... | 68 |