

<b>DAFTAR ISI</b>	<b>Halaman</b>
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Sistematika Penulisan.....	9
 <b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Bauran Pemasaran.....	11
B. Kebijakan Penetapan Promosi.....	14
C. Periklanan .....	19
D. Macam-macam Media Iklan.....	29
E. Pengertian Respon Konsumen.....	34
F. Consumer Responden Index (CRI).....	36
G. Strategi Komunikasi Menaikan CRI.....	37
H. Kerangka Pikir.....	39
I. Hipotesa.....	41

### BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu penelitian.....	42
B. Jenis dan Sumber Data.....	42
C. Populasi dan Sampel.....	43
D. Metode Pengumpulan Data.....	44
E. Metode Analisis Data .....	45
F. Defenisi Operasional Variabel.....	48

### BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Umum Perusahaan.....	50
B. Karakteristik Responden.....	57

### BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Persentase Responden Menurut Media Iklan.....	62
B. Analisis Customer Responden Index (CRI).....	63

### BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	76

DAFTAR PUSTAKA.....	77
---------------------	----

Lampiran-Lampiran.....	79
------------------------	----