

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
ABTRAKSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Tinjauan Pustaka.....	9
1. Tinjauan Empiris	9
2. Tinjauan Teoritis	13
a. Konsep Efektifitas Iklan.....	13
b. Indikator Efektifitas	15
c. Masalah dalam Pengukuran Efektifitas.....	17
d. Iklan.....	20
e. Efektifitas Iklan.....	22
f. EPIC Model.....	23
g. Pengertian Media Masa.....	26
h. Jenis Media Masa.....	27
i. Iklan Televisi.....	29
F. Kerangka Pemikiran.....	30
G. Definisi Konsep dan Operasional	31
1. Definisi Konsep.....	31
2. Definisi Operasional.....	33
H. Metode Pemikiran.....	38
1. Tipe Penelitian	38
2. Objek Studi	39
3. Populasi dan Sampel	39
4. Teknik Sampling	41

5. Teknik Pengumpulan Data.....	41
6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	42
7. Teknik Analisis Data.....	44
8. EPIC RATE	44
BAB II GAMBARAN UMUM.....	46
A. Sejarah Teh Botol Sosro	46
B. Perubahan Bnetuk Botol dan Logo	47
C. Berdirinya Teh Botol Sosro	47
D. Pendiri PT. Sinar Sosro.....	48
E. Profil Perusahaan	48
F. Logo teh Botol Sosro	49
G. Visi dan Misi.....	49
H. Macam – Macam Tanaman Teh	49
I. Struktur Organisasi	52
J. Latar Belakang UPN “ Veteran ” Yogyakarta	53
K. Latar Belakang Atma Jaya Yogyakarta	55
L. Latar Belakang Universitas Proklamasi 45 Yogyakarta	62
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	64
A. Karakteristik Responden.....	64
1. Asal Universitas	65
2. Usia	66
3. Jenis Kelamin.....	67
4. Pengeluaran Perbulan.....	67
B. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
1. Hasil Uji Validitas.....	68
2. Uji Realibilitas	69
C. Analisis Statistik Deskriptif	70
D. Analisis Tingkat Efektifitas Iklan dengan EPIC Model	85
E. EPIC RATE	90
F. Pembahasan.....	93
BAB IV PENUTUP	99
A. Kesimpulan	99
B. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	106