

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	14
1.5 Tinjauan Pustaka	14
1.5.1 Tinjauan Empirik	14
1.5.2 Tinjauan Teoritik	18
1.5.2.1 Teori yang digunakan	18
1.5.2.2 Komunikasi Pemasaran	19
1.5.2.3 Iklan	26
1.5.2.4 Kekuatan dan Kelemahan Iklan Televisi	36
1.5.2.5 Elemen Iklan Televisi	38
1.5.2.6 Merek	49
1.5.2.7 Citra Merek	50
1.6 Konsep yang Menhubungkan Antar Variabel	54
1.6.1 Hubungan <i>Heards words and Sound Effect</i> terhadap <i>Brand Image</i>	54
1.6.2 Hubungan <i>Music</i> terhadap <i>Brand Image</i>	55
1.6.3 Hubungan <i>Seen Words</i> terhadap <i>Brand Image</i>	56

1.6.4 Hubungan <i>Colour</i> terhadap <i>Brand Image</i>	58
1.6.5 Hubungan <i>Picture</i> terhadap <i>Brand Image</i>	59
1.6.6 Hubungan <i>Movement</i> terhadap <i>Brand Image</i>	60
1.7 Kerangka Pemikiran	62
1.8 Hipotesis	63
1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	65
1.9.1 Definisi Konsep	65
1.9.2 Definisi Operasional	66
1.10 Metode Penelitian	69
1.10.1 Tipe Penelitian	69
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian	70
1.10.3 Lokasi Penelitian	70
1.10.4 Populasi, Sample dan Teknik Sampling	70
1.10.5 Sumber Data	72
1.10.6 Metode Pengumpulan Data	73
1.10.7 Skala Pengukuran	74
1.11 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	75
1.12.0 Uji Validitas	75
2.12.1 Uji Realibilitas	75
1.12 Teknik Analisis Data	76
1.12.1 Analisis Stastik Deskriptif	76
1.13 Uji Asumsi Klasik	77
1.13.1 Uji Normalitas	77
1.13.2. Uji Multikolinearitas	78
1.13.3 Uji Heterokedastisitas	78
1.14 Analisis Regresi Berganda	79
1.15 Uji R^2 (Koefisien Determinasi)	80
1.16 Pengujian Hipotesis	80
1.16.1 Uji F	80

1.16.2 Uji t	81
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	83
2.1 Sejarah Pendirian Perusahaan	83
2.2 Struktur Organisasi Perusahaan	86
2.3 Bidang Perusahaan	86
2.4 Profil Produk Penelitian	89
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	91
3.1 Karakteristik Responden	91
3.2 Uji Validitas dan Uji Realibilitas	97
3.3 Analisis Data dan Hasil Penelitian	99
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif	99
3.4 Uji Asumsi Klasik	140
3.5 Analisis Regresi Linier Berganda	144
3.6 Koefisien Determinasi	146
3.7 Pengujian Hipotesis	147
3.8 Pembahasan Hasil Penelitian	151
BAB IV PENUTUP	161
4.1 Kesimpulan	161
4.2 Saran	162
DAFTAR PUSTAKA	165
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top of Mind Shampo 2014-2016	3
Tabel 1.2 Top Brand Index Kategori Shampo 2014-2016	5
Tabel 1.3 Penayangan Iklan Shampo di Acara Berita	8
Tabel 1.4 Penayangan Iklan Shampo di Acara Hiburan Selebriti	8
Tabel 1.5 Penayangan Iklan Shampo di Acara Hiburan	9
Tabel 1.6 Data Penjualan Shampo di Pamela Enam Tahun 2017	10
Tabel 1.7 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 1.8 Kolerasi Psikologis pada Warna	43
Tabel 1.9 Ukuran Skala Likert	74
Tabel 3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia pada Pelanggan Pamela 6 Jalan Candi Gebang Depok Sleman Yogyakarta	93
Tabel 3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin pada Pelanggan Pamela 6 Jalan Candi Gebang Depok Sleman Yogyakarta.....	94
Tabel 3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan pada Pelanggan Pamela 6 Jalan Candi Gebang Depok Sleman Yogyakarta	94
Tabel 3.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan pada Pelanggan Pamela 6 Jalan Candi Gebang Depok, Sleman Yogyakarta	95
Tabel 3.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi dalam menyaksikan Iklan Shampo Pantene pada Pelanggan Pamela 6 Depok Sleman Yogyakarta	96
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas	97
Tabel 3.7 Hasil Uji Reabilitas	99
Tabel 3.8 Ucapan narator dalam menyampaikan informasi iklan tedengar jelas .	101
Tabel 3.9 Kata-kata yang diucapkan narator dalam iklan mudah dipahami	102
Tabel 3.10 Slogan yang disampaikan dalam iklan mudah dipahami	103
Tabel 3.11 Rekapitulasi Rata-rata Item variabel <i>Heardwords and sound Effect</i> ..	104

Tabel 3.12 Iklan shampo Pantene menggunakan music dengan irama yang menarik	106
Tabel 3.13 Musik dan alur cerita Iklan Shampo Pantene Seirama	107
Tabel 3.14 Musik yang diperdengarkan dalam iklan shampo Pantene mudah diingat	108
Tabel 3.15 Rekapitulasi rata-rata Item Variabel <i>Music</i>	109
Tabel 3.16 Tulisan yang ditampilkan dalam iklan shampo pantene terlihat jelas	111
Tabel 3.17 Tulisan yang ditampilkan dalam iklan shampo Pantene mudah dipahami	112
Tabel 3.18 Tulisan dalam iklan shamp Pantene menggunakan warna yang terang	113
Tabel 3.19 Ukuran Huruf yang ditampilkan pada iklan shampo pantene mudah untuk dibaca	114
Tabel 3.20 Rekapitulasi Rata – Rata Item Variabel <i>Seen Words</i>	115
Tabel 3.21 Bintang iklan yang digunakan dalam iklan shampo pantene memiliki paras yang cantik	117
Tabel 3.22 Bintang iklan yang digunakan dalam iklan shampo pantene terampil dalam menyampaikan pesan iklan	118
Tabel 3.23 Tampilan rambut iklan shampo Pantene sesuai dengan manfaat produk yang diiklankan	119
Tabel 3.24 Raline Shah dapat dipercaya sebagai bintang iklan	120
Tabel 3.25 Rekapitulasi Rata – Rata Item Variabel <i>Picture</i>	121
Tabel 3.26 Tema dalam iklan Shampo Pantene menarik.....	122
Tabel 3.27 Objek yang digunakan sesuai dengan tema yang ditampilkan	124
Tabel 3.28 Warna yang digunakan dalam iklan shampo Pantene sesuai dengan tema iklan	125
Tabel 3.29 Warna yang ditampilkan dalam iklan shampo pantene menggunakan warna yang padu	126
Tabel 3.30 Rekapitulasi Rata – Rata Item Variabel <i>Colour</i>	127
Tabel 3.31 Adegan yang ditampilkan oleh bintang iklan sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan	128
Tabel 3.32 Adegan dalam iklan shampo pantene mudah diingat	130

Tabel 3.33 Alur cerita dalam iklan shampo pantene mudah diingat	131
Tabel 3.34 Rekapitulasi Rata – Rata Item Variabel <i>Movements</i>	132
Tabel 3.35 Shampo pantene diproduksi oleh perusahaan terkemuka	134
Tabel 3.36 Shampo pantene merupakan merek yang terpercaya	135
Tabel 3.37 Tampilan shampo pantene menarik dibanding merek lain	135
Tabel 3.38 Shampo pantene mudah dikenali	136
Tabel 3.39 Shampo Pantene mudah ditemukan diwilayah sekitar	137
Tabel 3.40 Rekapitulasi rata-rata item variabel <i>Brand Image</i>	138
Tabel 3.41 Hasil Uji Normalitas	141
Tabel 3.42 Hasil Uji Multikolinieritas	142
Tabel 3.43 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	144
Tabel 3.44 Hasil Koefisien Determinasi	146
Tabel 3.45 Hasil Uji F	147
Tabel 3.46 Hasil Uji t	148

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi Pengguna Televisi, Internet, Radio, Koran dan Majalah...	6
Gambar 1.2 Iklan Pantene 2in1 Anti Dandruff	7
Gambar 1.3 Kerangka Pemikiran	62
Gambar 1.4 Hipotesis	64
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Perusahaan Protect & Gambler	86
Gambar 2.2 Logo Shampo Pantene	90
Gambar 3.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	143

