

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
ABSTRAK .....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Permasalahan .....	8
1.3 Tujuan .....	9
1.4 Manfaat.....	9
1.5 Kerangka Pemikiran dan Teori .....	10
1.5.1 Teori model AIDA .....	10
1.5.2 Minat Beli.....	12

1.5.3	Proses minat beli .....	13
1.5.4	Hierarchy of effect .....	15
1.5.5	Kerangka Pemikiran.....	16
1.6	Hipotesis.....	17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>		<b>19</b>
2.1	Komponen Komunikasi .....	19
2.1.1	Komunikasi.....	19
2.1.2	Bentuk komunikasi.....	20
2.1.3	Televisi sebagai medium komunikasi .....	23
2.2	Komponen pemasaran Produk .....	24
2.2.1	Pemasaran .....	24
2.2.2	Tujuan Pemasaran .....	26
2.2.3	Bauran Pemasaran.....	27
2.3	Komponen Periklanan.....	29
2.3.1	Periklanan.....	29
2.3.2	Klasifikasi Periklanan .....	30
2.3.3	Fungsi Periklanan.....	31
2.3.4	Tujuan Periklanan .....	31
2.3.5	Media Periklanan .....	32
2.4	Iklan .....	35
2.4.1	Iklan Televisi.....	38
2.5	Komponen Packaging .....	40

2.6	Perilaku Konsumen .....	46
	2.6.1 Tahapan Perilaku Konsumen .....	47
2.7	Teori model AIDA .....	47
2.8	Minat Beli... .....	48
2.9	Hierarchy of effect .....	51
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>53</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	53
3.2	Metode Penelitian.....	53
	3.2.1 Pendekatan penelitian.....	54
	3.2.2 Objek penelitian .....	55
3.3	Populasi & Sampel.....	55
	3.3.1 Populasi.....	55
	3.3.2 Sampel.....	55
3.4.	Teknik Penarikan Sampel .....	57
3.5	Hubungan Antar Variabel .....	58
	3.5.1 Variabel.....	58
	3.5.2 Variabel X .....	59
	3.5.3 Variabel Y .....	60
3.6	Operasional konsep .....	61
3.7	Metode Pengumpulan Data .....	63
	3.7.1 Keabsahan Penelitian .....	64
3.8	Teknik Analisis Data.....	66

3.8.1	Analisis Deskriptif .....	68
3.8.2	Regresi.....	69
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>71</b>
4.1	Sejarah Perusahaan.....	71
4.1.1	Profil Perusahaan .....	72
4.1.3	Misi .....	73
4.1.4	Profil Produk Teh Gelas.....	73
4.2	Hasil Uji Validitas.....	75
4.2.1	Uji Validitas Variabel X .....	75
4.2.2	Uji Validitas Variabel Y.....	77
4.3	Uji Reliabilitas .....	79
4.3.1	Uji Reliabilitas Variabel X .....	79
4.3.2	Uji Reliabilitas Variabel Y .....	81
4.4	Data Hasil Penelitian .....	84
4.5	Identitas Responden.....	85
4.5.1	Jenis Kelamin .....	90
4.5.2	Usia .....	91
4.6	Analisis Frekuensi Variabel X.....	92
4.6.1	Desain grafis .....	92
4.6.2	Struktur Desain.....	98

	4.6.3 Informasi .....	103
4.7	Analisis Frekuensi Variabel Y .....	107
	4.7.1 Awareness.....	107
	4.7.2 Knowledge .....	113
	4.7.3 Liking .....	118
	4.7.4 Preference .....	123
	4.7.5 Conviction .....	128
4.8	Uji Regresi .....	134
4.9	Interpretasi Data .....	137
<b>Bab V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>141</b>
	5.1 Kesimpulan.....	141
	5.2 Saran .....	142

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**