

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PENGESAHAN	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Landasan Empirik	10
1.6 Landasan Teori.....	11
1.6.1 Pemasaran	11
1.6.2 Bauran Pemasaran.....	12
1.6.3 Perilaku Konsumen.....	14
1.6.4 Aspek-aspek Komunikasi Dalam Bisnis	15
1.6.5 Periklanan	18
1.6.6 Daya Tarik Iklan	22
1.6.7 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli.....	27

1.6.8 Harga.....	28
1.6.9 Hubungan Harga Terhadap Minat Beli.....	35
1.6.10 Minat Beli Konsumen.....	37
1.7 Kerangka Pemikiran.....	42
1.8 Hipotesis	43
1.9 Model Hipotesis	44
1.10 Metode Penelitian	44
1.10.1 Tipe Penelitian	44
1.10.2 Ruang Lingkup	45
1.10.3 Lokasi Penelitian.....	45
1.10.4 Populasi dan Sampel.....	45
1.10.5 Sumber Data	46
1.10.6 Instrumen Pengumpulan Data.....	47
1.10.7 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	47
1.10.8 Skala Pengukuran	49
1.10.9 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
1.10.10 Teknik Analisis Data	51
1.10.11 Uji Asumsi Klasik.....	53
1.10.12 Uji Hipotesis	57
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	58
2.1 Sejarah Perusahaan	58
2.2 Visi Dan Misi Perusahaan.....	59
2.3 SDM Perusahaan.....	59
2.4 Produk Kalbe Farma	59
2.5 Tanggung Jawab Sosial Kalbe Farma.....	61

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	64
3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	64
3.2 Deskripsi Data Penelitian.....	66
3.3 Analisis Inferensial	80
3.3.1 Analisis Regresi Berganda.....	80
3.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	82
3.3.3 Pengujian Hipotesis	85
3.4 Pembahasan.....	88
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	91
4.1 Kesimpulan	91
4.2 Saran	91

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1.1 Hasil Survei Top Brand Index	6
1.2 Kerangka Umum Komunikasi Pemasaran	18
3.1 Hasil Uji Validitas Instrumen	65
3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	66
3.3 Tampilan Tema Yang Aktaktif	67
3.4 Menggunakan Endesor Yang Terkenal.....	68
3.5 Menggunakan Visual Gambar Melalui Iklan di Televisi.....	69
3.6 Menggunakan Jingle	70
3.7 Rata-Rata Item Daya Tarik Iklan	70
3.8 Sesuai Kualitas Yang Dijanjikan	71
3.9 Mampu Bersaing Dengan Produk Lain.....	72
3.10 Mampu Menjangkau Semua Golongan	73
3.11 Sesuai Dengan Harga Yang Telah Ditetapkan.....	74
3.12 Rata-Rata Item Harga	75
3.13 Menghilangkan Rasa Haus	76
3.14 Belum Ada Minuman Lain Yang Diinginkan.....	77
3.15 Tertarik Membeli Karena Terkenal	78
3.16 Menarik Minat Untuk Membeli	79
3.17 Rata-Rata Item Minat Beli	80
3.18 Hasil Regresi Linear Berganda	81
3.19 Hasil Uji Normalitas	83
3.20 Nilai Variance Inflation Factor	84
3.21 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	85

3.22 Hasil Uji f.....	87
3.23 Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka Pemikiran.....	42
1.2 Model Hipotesis.....	44