

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAKSI</b> .....	vi
<b>ABSTRACK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvi
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
I.1.Latar Belakang .....	1
I.2.Rumusan Masalah .....	4
I.3.Tujuan Penelitian .....	4
I.4. Signifikasi .....	5
I.4.1. Akademis .....	5
I.4.2. Praktis .....	5
I.4.3. Sosial.....	5
I.5. Kerangka Teori .....	5
I.5.1.Paradigma .....	5
I.5.2.State of The Art.....	6
I.5.3.Teori.....	7
1.5.4. Geometri Penelitian.....	21
1.5.5. Variabel Penelitian.....	22
I.6. Hipotesis Penelitian.....	22

I.7. Definisi Konseptual .....	22
I.7.1 Faktor-faktor determinan .....	22
I.7.2. Keputusan pembelian.....	25
1.8. Definisi Operasional .....	25
I.8.1.Faktor Determinan .....	25
I.8.2. Keputusan Pembelian .....	28
I.9. Metode Penelitian .....	28
I.9.1.Pendekatan .....	28
I.9.2.Tipe penelitian .....	29
I.9.3.Populasi dan Sampel.....	29
I.9.4.Teknik Sampling.....	30
I.9.5.Jenis dan Sumber Data.....	30
I.9.6.Skala Pengukuran .....	31
I.9.7.Teknik Pengolahan Data .....	32
I.9.8.Matriks Penelitian.....	35

## **BAB II. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

2.1. Sejarah Tabloid Infotembalang .....	41
2.2. Perkembangan periklanan Tabloid Infotembalang.....	43
2.3. Rubrik-rubrik Tabloid Infotembalang .....	44
2.4. Tim redaksi Tabloid Infotembalang .....	46

## **BAB III. TEMUAN PENELITIAN**

3.1. Identitas Responden .....	47
3.2. Pemasangan iklan di Tabloid Infotembalang .....	48
3.3. Ekuitas merek .....	48
3.4. Bauran pemasaran .....	57
3.5. Keputusan pembelian .....	70
3.6. Tabel Silang .....	78

<b>BAB IV. UJI HIPOTESIS DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b>	
4.1. Uji Hipotesis.....	79
4.1.1. Analisa Regresi.....	79
4.1.2. Analisis Korelasi .....	81
4.2.Pembahasan.....	86
<b>BAB V. PENUTUP</b>	
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	92

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

1. Tabel 1.1 Skala Likert.
2. Tabel 3.1 Persebaran presentase responden bahwa mereka mengenal Tabloid Infotembalang karena populer.
3. Tabel 3.2 Persebaran persentase responden bahwa Tabloid Infotembalang yang pertama mereka ingat ketika ditanyakan tabloid lokal Tembalang.
4. Tabel 3.3 Persebaran persentase responden bahwa konten pada Tabloid Infotembalang informative dan menarik.
5. Tabel 3.4 persebaran persentase responden bahwa pembaca Tabloid Infotembalang sangat banyak.
6. Tabel 3.5 persebaran persentase responden bahwa Tabloid Infotembalang adalah tabloid yang berkualitas.
7. Tabel 3.6 persebaran persentase bahwa Tabloid Infotembalang mudah didapatkan.
8. Tabel 3.7 Persebaran persentase responden bahwa mengutamakan Tabloid Infotembalang jika ingin memasang iklan.
9. Tabel 3.8 Persebaran responden bahwa mereka memilih Tabloid Infotembalang kembali jika ingin memasang iklan di media.
10. Tabel 3.9 persebaran persentase responden bahwa mereka tidak akan memilih media lain selain Tabloid Infotembalang untuk pemasangan iklan.
11. Tabel 3.10 Persebaran persentase responden bahwa desain dan konten Tabloid Infotembalang menarik sehingga memiliki banyak pembaca.
12. Tabel 3.11 Persebaran persentase responden bahwa Tabloid Infotembalang memberikan ruang iklan yang strategis sehingga iklan akan dibaca banyak orang
13. Tabel 3.12 Persebaran persentase responden bahwa harga pemasangan iklan di Tabloid Infotembalang terjangkau.
14. Tabel 3.13 Persebaran responden bahwa harga pemasangan iklan di Tabloid Infotembalang sesuai dengan manfaat yang dihasilkan dari pemasangan iklan tersebut.
15. Tabel 3.14 persebaran persentase responden bahwa distribusi Tabloid Infotembalang di daerah Tembalang menarik minat mereka untuk memasang iklan, karena daerah Tembalang sesuai dengan target sasaran mereka.
16. Tabel 3.15 Persebaran persentase responden bahwa Tabloid Infotembalang membuat event yang menarik minat untuk memasang iklan di Tabloid Infotembalang.
17. Tabel 3.16 Persebaran persentase responden bahwa terdapat promosi atau harga khusus yang sangat menarik untuk pemasangan iklan di Tabloid Infotembalang.

18. Tabel 3.17 Persebaran persentase responden bahwa staff Tabloid Infotembalang sigap dalam melayani permintaan dan pertanyaan pemasang iklan.
19. Tabel 3.18 Persebaran responden bahwa staff Tabloid Infotembalang sopan dan ramah.
20. Tabel 3.19 persebaran persentase responden bahwa proses pelayanan pemasangan iklan di Tabloid Infotembalang mudah dan cepat.
21. Tabel 3.20 Persebaran persentase responden bahwa mereka merasa nyaman dan aman saat melakukan proses transaksi pemasangan iklan di Tabloid Infotembalang.
22. Tabel 3.21 Persebaran persentase responden bahwa kantor yang dimiliki Tabloid Infotembalang memberikan kenyamanan dan keyakinan pada mereka
23. Tabel 3.22 Persebaran persentase responden bahwa mereka mendapat Tabloid Infotembalang secara rutin.
24. Tabel 3.23 Persebaran responden bahwa mereka memasang iklan di Tabloid Infotembalang karena kebutuhan pemasaran usaha atau produk mereka.
25. Tabel 3.24 persebaran persentase responden bahwa mereka memasang iklan di Tabloid Infotembalang karena tabloid yang unggul di Tembalang.
26. Tabel 3.25 Persebaran persentase responden bahwa mereka merasa yakin memasang iklan di Tabloid Infotembalang dibandingkan di media lain.
27. Tabel 3.26 variabel  $X_1$
28. Tabel 3.27 variabel  $X_2$
29. Tabel 3.28 variabel  $Y$
30. Tabel 3.29 Tabel silang
31. Tabel 4.1 Coefficients
32. Tabel 4.2 Correlations
33. Tabel 4.3 Makna nilai product moment

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioner
2. Tabel Induk
3. Variabel Data
4. Nilai Tabel Induk