

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRAKSI .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Landasan Teori.....	8
2.1.1. Pesan Iklan .....	8

2.1.2. Media Iklan.....	10
2.1.3. <i>Brand Awareness</i> .....	16
2.1.4. Efektivitas Iklan .....	19
2.2. Hubungan antar Variabel .....	24
2.2.1. Pengaruh Pesan Iklan terhadap Efektivitas Iklan.....	24
2.2.2. Pengaruh Media Iklan terhadap Efektivitas Iklan.....	25
2.2.3. Pengaruh Pesan Iklan terhadap terhadap <i>Brand Awareness</i>	26
2.2.4. Pengaruh Media iklan terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	27
2.2.5. Pengaruh Efektivitas Iklan terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Populasi dan Sampel .....	31
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	33
3.4. Metode Pengumpulan Data .....	33
3.5. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.6. Uji Instrumen.....	34
3.7. Metode Analisis Data .....	35
3.7.1. Analisis Deskriptif.....	35
3.7.2. Uji Asumsi Klasik .....	35
3.7.3. Uji Path Analysis .....	37
3.7.4. Pengujian Hipotesis .....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>41</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	41

4.1.1. Karakteristik Responden .....	41
4.1.2. Uji Instrumen .....	42
4.1.3. Analisis Deskriptif Variabel .....	43
4.2. Analisis Kuantitatif .....	49
4.2.1. Uji Asumsi Klasik .....	49
4.2.2. Hasil Persamaan Regresi Tahap 1 .....	53
4.2.3. Pengujian Hipotesis .....	55
4.2.4. Uji Keباikan Model .....	60
4.3. Pembahasan .....	62
4.3.1. Pengaruh Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan .....	62
4.3.2. Pengaruh Media Televisi Terhadap Efektivitas Iklan .....	64
4.3.3. Pengaruh Pesan Iklan Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	65
4.3.4. Pengaruh Media Televisi Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	66
4.3.5. Pengaruh Efektivitas Iklan Terhadap <i>Brand Awareness</i> .....	67
4.3.6. Pengaruh Tidak Langsung dan Tidak Langsung .....	68
BAB V PENUTUP .....	71
5.1. Kesimpulan .....	71
5.2. Implikasi Manajerial .....	72
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	72
5.4. Agenda Penelitian Mendatang .....	73
DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN	