

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM .....	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	v
ABSTRAK .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Masalah .....	7
1.4 Tujuan Penelitian .....	8
1.5 Manfaat Penelitian .....	8
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2 Manfaat Praktisi .....	8
1.6 Sistematika Penyusunan .....	9

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Landasan Teori .....	10
2.1.1 Teori Stimulus Respons (S-R) .....	10
2.2 Landasan Konsep .....	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	12

2.2.1.1 Tujuan komunikasi dalam periklanan .....	13
2.2.2 Periklanan .....	14
2.2.2.1 Fungsi Periklanan .....	15
2.2.2.2 Jenis-jenis Iklan .....	16
2.2.2.3 Kreativitas Iklan .....	17
2.2.2.4 Tujuan Beriklan .....	18
2.2.3 Perilaku Konsumen .....	19
2.2.4 Minat Beli .....	20
2.2.4.1 Aspek-aspek Minat Beli .....	21
2.3 Studi Penelitian Terdahulu .....	21
2.4 Kerangka Berpikir .....	27
2.5 Hipotesis .....	29

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian .....	31
3.2 Pendekatan Penelitian .....	32
3.3 Metode Penelitian .....	33
3.4 Definisi Operasional .....	35
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	36
3.6 Teknik Populasi dan Sampel .....	37
3.6.1 Populasi .....	37
3.6.2 Sampel .....	38
3.6.2.1 Skala <i>Likert</i> .....	39
3.6.2.2 Rumus Slovin .....	40
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.7.1 Data Primer .....	41
3.7.2 Data Sekunder .....	42
3.8 Teknik Pengolahan Data .....	42
3.8.1 Regresi Linier Sederhana .....	42

3.8.2 SPSS .....	42
3.9 Teknik Keabsahan Data .....	42
3.9.1 Uji Validasi .....	42
3.9.1.1 <i>Pre-test</i> .....	44
3.9.1.2 <i>Main Test</i> .....	44
3.9.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.9.3 Uji Regresi Linier Sederhana .....	45
3.9.4 Uji Koefisien Determinasi .....	46
3.9.5 Uji T .....	46

#### **BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	47
4.1.1 Logo Perusahaan dan Produk .....	49
4.1.2 SMAI PB. Soedirman .....	50
4.1.2.1 Visi dan Misi .....	50
4.2 Hasil Analisis .....	51
4.2.1 <i>Pre-test</i> .....	51
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Iklan (X) .....	51
4.2.1.2 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y) .....	53
4.2.1.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	55
4.2.2 <i>Main test</i> .....	56
4.2.2.1 Hasil Uji Validitas Variabel Pesan Iklan (X) .....	56
4.2.2.2 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y) .....	58
4.2.2.3 Hasil Uji Reliabilitas .....	60
4.2.3 Hasil Kuesioner .....	61
4.2.3.1 Karakteristik Responden .....	61
4.2.3.2 Usia Responden .....	61
4.2.3.3 Uang Saku/bulan .....	62
4.2.4 Hasil Kuesioner Variabel X .....	63

4.2.5 Hasil Kuesioner Variabel Y .....	72
4.2.6 Uji Hipotesis .....	83
4.2.6.1 Uji Korelasi .....	83
4.2.6.2 Uji Regresi Linier Sederhana .....	84
4.2.6.3 Uji Koefisien Determinasi .....	85
4.2.6.4 Uji T .....	86
4.3 Pembahasan .....	87

## **BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	91
5.2 Saran .....	92
5.2.1 Saran Akademis .....	92
5.2.2 Saran Praktis .....	93

DAFTAR PUSTAKA .....	95
----------------------	----

RIWAYAT HIDUP PENULIS .....	98
-----------------------------	----

LAMPIRAN



**KALBIS Institute**  
Transforming Hearts and Minds