

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	10
1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
1.4. Sistematika Penulisan	12
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1. Pemasaran	14
2.1.2 Jasa.....	14
2.1.3 Brand Awareness	17
2.1.4 Loyalitas.....	18
2.1.5 Persepsi	19
2.1.6 Standar Penyiaran	19
2.1.7 Sistem Penyiaran.....	20
2.1.8 Jangkauan Siaran.....	21
2.1.9 Manajemen Penyiaran.....	23
2.1.10 Audiens Penyiaran	25
2.1.11 Bauran Program	29
2.1.12. Pemasaran Program.....	31
2.1.13 Kualitas Siaran	34
2.1.14 Format Siaran.....	35
2.2. Kerangka Pemikiran Teoritis	36
BAB III	41
METODE PENELITIAN	41
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.1.1. Variabel penelitian.....	41
3.1.2. Definisi Operasional	42
3.2. Penentuan Populasi dan Sampel	44
3.2.1. Populasi.....	44
3.2.2. Sampel.....	44
3.3. Jenis Data dan Sumber Data	46

2.5. Metode Pengumpulan Data.....	46
3.5. Metode Analisis Data.....	48
3.5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	49
3.5.2. Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.3. Uji Normalitas.....	51
3.5.4. Analisis regresi Linier Berganda.....	51
3.5.5. Menilai Goodness of Fit suatu model.....	52
3.5.7 Uji Intervening (Uji Sobel).....	54
BAB IV	55
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	55
4.1. Deskripsi Responden.....	55
4.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Umur.....	56
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
4.3. Analisa Data.....	63
4.3.1. Uji Instrumen (Uji Validitas dan Reliabilitas).....	63
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	68
4.3.3. Uji Regresi Linier Berganda.....	72
4.4.4. Pengujian Mediasi atau Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>).....	75
4.3.5. Uji Hipotesis.....	78
4.2. Pembahasan.....	80
4.2.1. Pengaruh Persepsi Kualitas Siaran Terhadap <i>Brand Awareness</i>	80
4.2.2. Pengaruh Persepsi Format Siaran Terhadap Brand Awareness.....	81
4.2.3. Pengaruh Persepsi Kualitas Siaran Terhadap Loyalitas Pendengar.....	82
4.2.4. Pengaruh Persepsi Format Siaran Terhadap Loyalitas Pendengar.....	82
4.2.5. Pengaruh Persepsi <i>Brand Awareness</i> Terhadap Loyalitas Pendengar.....	83
4.2.6. Pengaruh Persepsi Kualitas Siaran Terhadap Loyalitas Pendengar Melalui <i>Brand Awareness</i>	83
4.2.7. Pengaruh Persepsi Format Siaran Terhadap Loyalitas Pendengar Melalui <i>Brand Awareness</i>	84
BAB V	86
KESIMPULAN DAN SARAN	86
5.1. Kesimpulan.....	86
5.2. Saran dan Rekomendasi.....	86
5.3. Keterbatasan Penelitian.....	87
5.4. Agenda Penelitian Yang Akan Datang.....	87

DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN I	89
HASIL ANALISIS.....	89
LAMPIRAN II.....	106
KUESIONER.....	106