

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian .....	9
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	9
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	10
1.4 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Promosi.....	13

2.1.2 Iklan.....	15
2.1.3 Iklan Televisi.....	20
2.1.4 Iklan Televisi AXIS "Penjual Gorengan".....	22
2.1.5 Efektivitas Iklan.....	24
2.1.6 Kualitas Pesan Iklan.....	27
2.1.7 Kreativitas Iklan.....	31
2.1.8 <i>Endorser</i> .....	34
2.1.9 Frekuensi Penayangan Iklan.....	35
2.2 Hubungan Antar Variabel.....	37
2.2.1 Kualitas Pesan dengan Efektivitas Iklan.....	37
2.2.2 Kreativitas dengan Efektivitas Iklan.....	39
2.2.3 <i>Endorser</i> dengan Efektivitas Iklan.....	40
2.2.4 Frekuensi Penayangan dengan Efektivitas Iklan.....	42
2.3 Penelitian terdahulu.....	43
2.4 Kerangka Pemikiran.....	44
2.5 Hipotesis.....	46
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 48
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional.....	48
3.1.1 Variabel Penelitian.....	48
3.1.2 Definisi Operasional.....	49
3.2 Populasi dan Sampel.....	51
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	52
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	53
3.5 Metode Analisis Data.....	54
3.5.1 Uji Instrumen.....	54
3.5.1.1 Uji Validitas.....	55

3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.5.2 Uji Asumsi Klasik.....	56
3.5.2.1 Uji Normalitas.....	56
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas.....	56
3.5.2.3 Uji Heteroskedastisitas.....	57
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
3.5.4 Uji <i>Goodness of Fit</i> .....	58
3.5.5 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	60
 BAB IV HASIL DAN ANALISIS .....	 62
4.1 Gambaran Umum Responden.....	62
4.1.1 Deskripsi Responden Berdasar Jenis Kelamin.....	62
4.1.2 Deskripsi Responden Berdasar Usia.....	63
4.1.3 Deskripsi Responden Berdasar Status Pekerjaan.....	64
4.2 Hasil Penelitian.....	65
4.2.1 Analisis Deskriptif.....	65
4.2.1.1 Deskripsi Variabel Kualitas Pesan Iklan.....	65
4.2.1.2 Deskripsi Variabel Kreativitas Iklan.....	69
4.2.1.3 Deskripsi Variabel <i>Endorser</i> .....	71
4.2.1.4 Deskripsi Variabel Frekuensi Penayangan Iklan.....	72
4.2.1.5 Deskripsi Variabel Efektivitas Iklan.....	74
4.2.2 Uji Instrumen.....	77
4.2.2.1 Uji Validitas.....	77
4.2.2.2 Uji Reliabilitas.....	78

4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	79
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	79
4.2.3.2 Uji Multikolinearitas.....	80
4.2.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	81
4.2.4 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	82
4.2.5 Pengujian Model.....	84
4.2.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	85
4.2.7 Pengujian Hipotesis.....	86
4.2.8 Pembahasan.....	88
BAB V PENUTUP.....	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	92
5.3 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	98