DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING iii

PENGESAHAN TIM PENGUJI iv

MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

KATA PENGANTAR vi

ABSTRAK vii

DAFTAR ISI viii

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR BAGAN xiii

DAFTAR GAMBAR xiv

BAB I : PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Tujuan Penelitian 6

D. Manfaat Penelitian..... 6

E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu 7

F. Definisi Operasional 9

G. Kerangka Teori dan Hipotesis 12

H. Metode Penelitian 14

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian..... 14

2. Subyek, Obyek dan Lokasi Penelitian 15

3. Teknik Populasi 16

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4. Variabel dan Indikator Penelitian 17
5. Teknik Pengumpulan Data 18
6. Teknik Analisis Data 20
H. Sistematika Pembahasan 23
BAB II : KAJIAN TEORI 24
A. Kajian Pustaka 24
1. Periklanan 24
a) Pengertian Iklan 24
b) Tujuan Iklan 28
c) Fungsi Iklan 28
d) Jenis-jenis Iklan 31
e) Iklan Media Televisi 31
f) Penggunaan Selebriti dalam Iklan 32
2. Pemasaran..... 35
a) Pengertian Pemasaran 35
b) Bauran Pemasaran 36
c) Strategi Pemasaran 38
3. Komunikasi Pemasaran 40
4. Keputusan Pembelian 44
a) Pengertian Keputusan Membeli 44
b) Proses Keputusan Pembelian 45
c) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian 49
d) Pihak-pihak yang Berperan dalam Proses Pembelian 51

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

5. Fans Club 52
B. Kajian Teori 53
1. Teori Kredibilitas 53
BAB III : HASIL PENELITIAN 56
A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian 56
1. Subyek Penelitian 56
2. Gambaran Umum Lokasi Penelitian 71
B. Deskripsi Data Penelitian 73
BAB IV : ANALISIS DATA 92
A. Pengujian Hipotesis 92
B. Pembahasan Hasil Penelitian 105
BAB V : PENUTUP 109
A. Kesimpulan 109
B. Rekomendasi 110
DAFTAR PUSTAKA 112
BIODATA PENULIS
LAMPIRAN

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Terdahulu 7
Tabel 1.2 Kategori Penilaian Skala Likert 19
Tabel 1.3 Interprestasi Koefisien Korelasi 22
Tabel 2.1 Jenis Bauran Promosi 43
Tabel 3.1 Daftar Nama Responden 56
Tabel 3.2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 58
Tabel 3.3 Identitas Responden Berdasarkan Usia 58
Tabel 3.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan 60
Tabel 3.5 Identitas Responden Berdasarkan Pernah Melihat Iklan 60
Tabel 3.6 Produk PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk 63
Tabel 3.7 Jumlah Penduduk Kota Surabaya Berdasarkan Jenis Kelamin 72
Tabel 3.8 Data Pendidikan Kota Surabaya 72
Tabel 3.9 Jumlah Penduduk Kota Surabaya Berdasarkan Usia Sekolah 72
Tabel 3.10 Rekapitulasi Data Variabel X 90
Tabel 3.11 Rekapitulasi Data Variabel Y 91
Tabel 4.1 Tabulasi Data Penelitian 93
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel X 95
Tabel 4.3 Uji Validitas Variabel Y 96
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas Variabel X 97
Tabel 4.5 Uji Reliabilitas Variabel Y 98
Tabel 4.6 Uji Normalitas 99
Tabel 4.7 Varriabel Enter 100

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Tabel 4.8 Koefisien R 100
Tabel 4.9 Signifikansi 101
Tabel 4.10 Persamaan Regresi 102
Tabel 4.11 Interprestasi Koefisien Korelasi 106

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Teori 13

Bagan 2.1 Model Komunikasi Pemasaran 41

Bagan 2.2 Tahapan-tahapan Pembelian 45

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Logo PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. 64

Gambar 3.2 Produk Sarimi 66

Gambar 3.2 Take Line Iklan Sarimi Versi Aliando Syarief 69

Gambar 3.3 Aliando Syarief sebagai *Brand Ambassador* Iklan Sarimi 70

Gambar 3.4 Aliando Syarief sebagai *Brand Ambassador* Iklan Sarimi 70

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id