

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAKSI	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	6
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran.....	11
2.2 Pengertian Produk	12
2.2.1 Klasifikasi Produk.....	13
2.2.2 Pengertian Brand.....	15
2.3 Pengertian Promosi	16
2.3.1 Bauran Promosi.....	17

2.3.2 Manfaat Promosi	19
2.4 Iklan.....	19
2.4.1 Pengertian Iklan	20
2.4.2 Tujuan Iklan.....	21
2.4.3 Pesan Iklan	22
2.4.4 Keputusan Media	24
2.4.5 Dampak Iklan.....	26
2.5 Perilaku Konsumen	27
2.5.1 Model Perilaku Konsumen.....	29
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen....	31
2.5.2.1 Faktor Kebudayaan	32
2.5.2.2 Faktor Sosial.....	34
2.5.2.3 Faktor Pribadi.....	35
2.5.2.4 Faktor Psikologis.....	37
2.5.3 Minat Beli Konsumen	38
2.5.4 Pengambilan Keputusan Konsumen	40
2.6 Hubungan Antara IKlan dengan Minat Beli Konsumen.....	40

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	43
3.3 Variabel Penelitian.....	44
3.3.1 Jenis Data.....	45
3.4 Populasi dan Sampel	46

3.4.1 Skala Pengukuran.....	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.6 Teknik Pengolahan Data	49
3.7 Hipotesis.....	51
3.8 Teknik Analisis	51
3.8.1 Analisis Korelasi	51
3.8.2 Analisis Koefisien Determinasi.....	53
3.8.3 Rancangan Pengujian Hipotesis.....	54

BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Responden	57
4.2 Profil Responden.....	57
4.3 Tanggapan Responden Mengenai Iklan Shampoo Sunsilk di Televisi.....	60
4.4 Tanggapan Responden Mengenai Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Shampoo Sunsilk.....	70
4.5 Pengaruh Iklan Shampoo di Televisi Terhadap Minat Beli Konsumen	81

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN