

DAFTAR ISI

JUDUL	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	10
2.1.1 Iklan	10
2.1.1.2 Iklan Pada Media televisi	14
2.1.2 Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	18
2.1.3.1 Keputusan Pembelian.....	22
2.1.3.2 Proses Keputusan Pembelian	23
2.1.3.1 Faktor Pengintervensi Keputusan Pembelian	27
2.2 Review Penelitian Terdahulu	29
2.3 Kerangka Pemikiran	38
2.4 Hipotesis.....	41
BAB III OBJEK DAN METODELOGI PENELITIAN	
3.1 Objek dan Ruang Lingkup Penelitian.....	42
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Operasional Variabel Penelitian	44
3.4 Populasi dan Sampel	49

3.5 Metode Pengumpulan Data	50
3.6 Metode Analisis.....	52
3.6.1 Uji Instrumen.....	54
3.6.2 Uji Validitas	54
3.6.3 Uji Reliabilitas.....	55
3.7 Uji Asumsi Dasar	56
3.7.1 Uji Normalitas	56
3.7.2 Uji Normalitas Residual	56
3.7.3 Uji Linearitas	57
3.8. Uji Asumsi Klasik	58
3.8.1 Uji Multikolinearitas	58
3.8.2 Uji Heterokodastisitas	58
3.9 Analisis Regresi Berganda	59
3.9.1 Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji t)	59
3.9.2 Uji Koefisien Regresi Secara Bersama-sama (Uji F)	60
3.9.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	61

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Unit Analisis	63
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia	64
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan perbulan.....	65
4. 2 Hasil Penelitian dan Pembahasan	67
4.2.1 Hasil Pengujian Instrumen	67
4.2.2 Analisis Deskriptif	69
4.3 Uji Asumsi Dasar	76
4.3.1 Uji Normalitas	76
4.3.2 Uji Linearitas	78
4.4 Uji asumsi klasik	79
4.4.1 Uji Multikolinearitas	79
4.4.2 Uji Heterokedastisitas	81
4.5 Analisis Regresi	82
4.5.1 H_1 Pengaruh iklan Terhadap Keputusan Pembelian	82
4.5.2 Uji t	82
4.5.3 Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	83
4.5.4 Determinasi	84
4.5.5 H_2 Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian	85
4.5.6 Uji t	85
4.5.8 Determinasi	86
4.5.9 Pengaruh Iklan, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian	87

4.5.10 Uji F	87
4.5.11 Persamaan Regresi Linear Berganda	88
4.5.12 Determinasi	90
4.5.13 Implikasi Manajerial	90

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran	98
5.3 DAFTAR PUSTAKA	102

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Piramida <i>Awareness</i>	21
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	24
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia	64
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan perbulan	66

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 jumlah pelanggan PT Telkomsel Tbk 2007-2010.....	5
Tabel 2.1 Tujuan Advertising.....	11
Tabel 2.2 Keunggulan dan kelemahan media televisi.....	16
Tabel 2.3 Model lima tahap proses pembelian konsumen.....	24
Tabel 2.4 Langkah-langkah antara evaluasi dan keputusan pembelian.....	28
Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3.1 operasionalisasi Variabel.....	45
Tabel 3.2 Skala Likert.....	51
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan usia.....	64
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan perbulan.....	65
Tabel 4.4 Uji Validitas.....	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Iklan.....	69
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	72
Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	74
Tabel 4.9 Uji Normalitas.....	77
Tabel 4.10 Uji Normalitas Residual.....	78
Tabel 4.11 Uji Linearitas.....	79
Tabel 4.12 Uji Multikolinearitas.....	80
Tabel 4.13 Uji Heteroskedastisitas.....	81

Tabel 4.14 Uji t variabel iklan terhadap keputusan pembelian.....	82
Tabel 4.15 Analisis determinasi iklan terhadap keputusan pembelian.....	84
Tabel 4.16 Uji t variabel <i>Brand Awareness</i> terhadap keputusan pembelian.....	85
Tabel 4.17 Analisis determinasi <i>Brand Awareness</i> terhadap keputusan pembelian	86
Tabel 4.18 Uji F variabel iklan dan <i>brand awareness</i> terhadap keputusan.....	87
Tabel 4.19 Koefisien variabel iklan dan <i>brand awareness</i> terhadap keputusan pembelian.....	88
Tabel 4.20 Analisis determinasi iklan dan <i>brand awareness</i> terhadap keputusan Pembelian.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Tabulasi

Lampiran 3 Hasil SPSS