**DAFTAR ISI**

**HALAMAN JUDUL**

**TANDA PERSETUJUAN**  i

**PERNYATAAN**  ii

**ABSTRACK**  iii

**ABSTRAK**  iv

**KATA PENGANTAR**  v

**DAFTAR ISI**  viii

**DAFTAR TABEL**  xii

**DAFTAR GAMBAR**  xiv

**BAB I Pendahuluan**

* 1. Latar Belakang Masalah 1
	2. Perumusan Masalah 6
	3. Tujuan Penelitian 7
	4. Manfaat Penelitian 7

**BAB II Landasan Teori**

* 1. Kajian teori 9

 2.1.1 Pengertian periklanan 9

 2.1.2 Fungsi Periklanan 10

 2.1.3 Jenis – Jenis Iklan 11

* + 1. pemilihan media, kekuatan dan kelemahan 13
	1. Tahap –Tahap Proses Proses Keputusan Pembelian. 19

2.3 Hubungan Iklan Dan Keputusan Pembelian. 21

2.4 Penelitian Terdahulu dan Pengembagan Hipotesis. 22

1. Pengaruh Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian

……………………………………………………….. 22

1. Pengaruh Media Radio Terhadap Keputusan Pembelian

………………………………………………………... 23

1. Pengaruh Media Majalah Terhadap Keputusan pembelian

………………………………………………………… 23

1. Pengaruh Media Reklame Terhadap Keputusan Pembelian

………………………………………………………… 24

**2.5** Kerangka konseptual……………………………………………. 25

**BAB III Metodologi Penelitian**

* 1. Objek Penelitian 26
	2. Populasi dan Sampel 26
		1. Populasi ……………………………………… 26
		2. Sampel ………………………………………... 26
	3. Jenis Data dan Sumber Data 27
	4. Teknik Pengumpulan Data 27
	5. Definisi Operasional Variabel 28
		1. Variabel Indenpenden ………………………. 28
		2. Variabel Dependen …………………………… 30
	6. Skala Pengukuran Variabel 31
	7. Metode Analisis Data 32
		1. Analisis Deskriptif …………………………... 32
		2. Pengujian Instrumen Penelitian……………... 33

3.7.2.1 Uji Validitas ………………………… 33

3.7.2.2 Uji Reabilitas ……………………….. 34

3.7.3 Pengujian Asumsi Klasik ………………….. 34

3.7.3.1 Uji Normalitas …………………….. 34

3.7.3.2 Uji Multikolinearitas ………………. 35

3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas…………...... 35

3.7.4 Pengujia Hipotesis ...................................................... 36

3.7.4.1 Model Regresi Linier Berganda ………………. 36

3.7.4.2 Uji Koefisien Determinasi …………………….. 36

3.7.4.3 Uji F- Statistik …………………………………. 37

3.7.4.4 Uji t- Statistik ………………………………….. 38

**BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

4.1 Deskriptif umum Penelitian 39

4.1.1 Profil responden Berdasarkan Usia 39

4.1.2 Profil responden Berdasarkan Jenis Klamin 40

4.1.3 Profil responden Berdasarkan Pekerjaan 40

4.1.4 Profil responden Berdasarkan Pendapatan 41

4.2 Uji Instrumen Data 42

4.2.1 Uji Validitas Data 42

4.2.2 Uji Realiabilitas Data 47

4.3 Distribusi Frekuensi 48

4.4 Uji Asumsi Klasik 54

4.4.1 Uji Normalitas 54

4.4.2 Uji Multikolonieritas 55

 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas 56

4.5 Pembahasan Hasil Analisa Regresi Berganda 57

4.6 Pengujian Hipotesis ………………………………………… 58

4.6.1 Uji Koefisien Determinasi …………………………. 58

4.6.2 Uji F- Statistik 59

4.6.3 Uji T- Statistik………………………………………. 59

4.7 Pembahasan 61

**BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan 70

5.2 Keterbatasan Penelitian Dan Saran 70

5.2 Saran 71

5.3 Implikasi Penelitian…………………………………………. 71

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**