

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pernyataan	ii
Persetujuan Pembimbing	iii
KATA PENGANTAR	iv
Halaman Motto dan Persembahan.....	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK.....	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang Masalah	1
1.2 Research gap	8
1.3 Rumusan Masalah	8
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	15
1.5 Kegunaan Penelitian	15
BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN	
MODEL PENELITIAN	17
2.1 Penelitian Rujukan	28
2.1.1 Frekuensi Promosi.....	28

2.1.2 Kualitas Penempatan media.....	31
2.1.3 Karakter dan Maskot Promosi.....	33
2.1.4 Intensitas promosi.....	37
2.1.5 Media Promosi.....	38
2.1.6 Pesan Promosi.....	42
2.1.7 Efektifitas Promosi.....	46
2.2 Telaah Pustaka.....	50
2.2.1 Frekuensi Promosi.....	50
2.2.2 Kualitas Penempatan media.....	52
2.2.3 Maskot Promosi.....	64
2.2.4 Intensitas promosi.....	69
2.2.5 Media Promosi.....	72
2.2.6 Pesan Promosi.....	81
2.2.7 Efektifitas Promosi.....	88
2.3 Hipotesis.....	98
2.4 Dimensionalisasi Variabel.....	99
2.5 <i>Logical Connection variabel indikator</i>	103
2.6 Pengembangan Model Penelitian.....	106
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 107
3.1 Jenis dan sumber Data.....	107
3.2 Populasi dan Sampel.....	107
3.3 Teknik Pengumpulan data.....	109
3.4 Uji Realibilitas dan validitas.....	111
3.5 Teknik analisis.....	112

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	118
4.1 Gambaran umum responden	119
4.2 Angka Indeks	123
4.3 Analisis Data Penelitian	158
4.4. Pengujian Asumsi SEM	160
4.5 Uji Reliability dan Variance Extract	162
4.6. Analisis Data	163
4.7. Pembahasan	170
 BAB V KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL.....	178
5.1 Kesimpulan.....	178
5.2 Implikasi Manajerial.....	179
5.3 Keterbatasan Penelitian	185
5.4 Agenda Penelitian Mendatang	186
 DAFTAR PUSTAKA.....	xi
LAMPIRAN	xii

FEB UNDIP