

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	8
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	9
1.4.1 Tujuan Penelitian	9
1.4.2 Kegunaan Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 Pemasaran	12
2.1.2 Komunikasi Pemasaran	13

2.1.3	Bauran Komunikasi Pemasaran	17
2.1.4	Iklan	19
2.1.5	Efektivitas Iklan	20
2.1.6	Proses Manajemen Periklanan	22
2.1.7	Misi	23
2.1.8	Anggaran Periklanan	25
2.1.9	Pesan dari Iklan	26
2.1.10	Media Iklan	27
2.1.11	Evaluasi Dampak Iklan	29
2.1.12	Kesadaran Merek	30
2.1.13	Model EPIC	31
2.1.14	<i>Direct Rating Method</i>	32
2.2	Penelitian Terdahulu	34
2.3	Kerangka Pemikiran	37
BAB III METODE PENELITIAN		39
3.1	Populasi dan Sampel	39
3.1.1	Populasi	39
3.1.2	Sampel	39
3.2	Jenis dan Sumber Data	40
3.3	Metode Pengumpulan Data	41
3.4	Metode Analisis Data	42
3.4.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	42
3.4.1.1	Uji Validitas	42
3.4.1.2	Uji Realibilitas	43
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48

4.1	Gambaran Umum Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum Universitas Diponegoro	48
4.1.2	Gambaran Umum PT Mayora Indah Tbk	50
4.1.3	Gambaran Umum Produk	51
4.1.4	Gambaran Umum Iklan Vitazone	52
4.2	Uji Validitas dan Realibilitas	54
4.3	Karakteristik Responden	55
4.4	Kesadaran Iklan Minuman Isotonik Vitazone	56
4.5	Karakteristik Responden Mengenai Minuman Isotonik	57
4.6	Kesadaran Iklan Minuman Isotonik Vitazone	58
4.7	Model EPIC	59
4.8	<i>Direct Rating Method (DRM)</i>	68
4.9	Implikasi Manajerial	76
BAB V	PENUTUP	78
5.1	Kesimpulan	78
5.1.1	Ringkasan Penelitian	78
5.1.2	Kesimpulan Mengenai Masing-masing Dimensi Pengukuran	79
5.1.3	Kesimpulan Mengenai Masalah Penelitian	81
5.2	Keterbatasan Penelitian	82
5.3	Saran	82
5.3.1	Saran Untuk PT Mayora Indah Tbk	82
5.3.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	83
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	88