

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xii</b>
<b>INTISARI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Pertanyaan Penelitian .....	10
1.4. Tujuan Penelitian.....	10
1.5. Manfaat Penelitian.....	11
1.6. Lingkup Penelitian .....	12
1.7. Sistematika Penulisan.....	13

<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>14</b>
2.1. Periklanan .....	14
2.1.1. Media Iklan .....	16
2.1.2. Perencanaan Media Iklan .....	19
2.1.3. Alternatif Media Luar Ruang .....	21
2.2. Kualitas Jasa/ Kualitas Layanan .....	22
2.3. Kepuasan Konsumen .....	31
2.4. Loyalitas Konsumen .....	33
2.5. Kerangka Pemikiran .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
3.1. Desain Penelitian .....	39
3.2. Metode Pengumpulan Data .....	41
3.2.1. Jenis Data .....	41
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data .....	43
3.3. Instrumen Penelitian .....	48
3.4. Metode Analisis Data .....	48
3.5. Profil Kasus .....	49
3.5.1. Profil Perusahaan .....	49
3.5.2. Kinerja Layanan Pitpaganda .....	53
3.5.3. Visi dan Misi Perusahaan .....	57
3.5.4. Paket Jasa Pitpaganda .....	57

3.5.5.	Benefit Pitpaganda .....	61
3.5.6.	Ukuran Baliho Pitpaganda .....	62
3.5.7.	Logo dan Kontak Pitpaganda .....	63
3.5.8.	Klien Pitpaganda .....	63
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>65</b>
4.1.	Deskripsi Data dan Pembahasan .....	66
4.1.1.	Profil Narasumber .....	67
4.1.2.	Konsep Layanan Pitpaganda .....	68
4.1.3.	Analisis Harapan Konsumen.....	71
4.1.3.1.	Pertimbangan Pemilihan Media Iklan .....	71
4.1.3.2.	Ketertarikan Konsumen pada Mobile Billboard Pitpaganda.....	73
4.1.4.	Kualitas Layanan Mobile Billboard Pitpaganda .....	79
4.1.5.	Kualitas Layanan yang telah Dirasakan Pengguna Jasa Pitpaganda.....	79
4.1.5.1.	Bukti Fisik (Tangibles).....	82
4.1.5.2.	Reliabilitas (Reliability) .....	84
4.1.5.3.	Daya Tanggap (Responsiveness).....	86
4.1.5.4.	Jaminan (Assurance) .....	88
4.1.5.5.	Empati (Empathy) .....	89
4.1.6.	Kepuasan Konsumen Pitpaganda.....	90
4.1.7.	Loyalitas Konsumen Pitpaganda.....	93
4.1.8.	Keberlanjutan Pitpaganda sebagai Alternatif Media Iklan .....	101

<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>111</b>
5.1. Simpulan.....	111
5.2. Implikasi.....	112
5.1.1. Implikasi Teoritis .....	113
5.1.2. Implikasi Praktis .....	115
5.3. Keterbatasan .....	116
5.4. Saran .....	116
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>119</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>122</b>