

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	7
2.1. Landasan Teori	7
2.1.1 Iklan	7
2.1.2. Model Komunikasi Iklan	15
2.1.3. Keterlibatan Konsumen	17
2.1.4. Sikap	19
2.1.5. Minat	25
2.1.6. Kredibilitas Perusahaan	26
2.2. Penelitian Sebelumnya	28
2.3. Kerangka Pemikiran	31
2.4. Hipotesis	32

	Halaman
BAB III	
METODE PENELITIAN	34
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	34
3.2. Jenis Penelitian	34
3.3. Populasi dan Sampel	34
3.4. Definisi Operasioanl	34
3.5. Pengumpul Data	38
3.6. Skala Pengukuran	38
3.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
3.8. Metode Analisis	40
BAB IV	
ANALISIS DATA DAN PENGUJIAN HIPOTESIS	41
4.1. Deskripsi Responden	41
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	46
4.3. Deskripsi Variabel Penelitian	52
4.4. Pengujian Hipotesis	58
4.5. Pembahasan	64
BAB V	
PENUTUP	69
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Implikasi Manajerial	69
5.3. Saran bagi Penelitian Mendatang	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	72

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1. Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2. Deskripsi Responden Menurut Umur	43
Tabel 4.3. Deskripsi Responden Menurut Pendidikan	44
Tabel 4.4. Deskripsi Responden Menurut Pekerjaan	45
Tabel 4.5. Deskripsi Responden Menurut Penghasilan	46
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Keterlibatan Konsumen	48
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Kredibilitas Perusahaan	49
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Sikap terhadap Produk	50
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Sikap terhadap Iklan	51
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Minat Pembelian	52
Tabel 4.11. Deskripsi Keterlibatan Konsumen	54
Tabel 4.12. Deskripsi Kredibilitas Perusahaan	55
Tabel 4.13. Deskripsi Sikap terhadap Iklan	56
Tabel 4.14. Deskripsi Sikap terhadap Produk	57
Tabel 4.15. Deskripsi Minat Pembelian	58
Tabel 4.16. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	59
Tabel 4.17. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Keterlibatan Konsumen dan Kredibilitas Perusahaan pada Sikap terhadap Iklan	60



Tabel 4.18. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Keterlibatan Konsumen dan Kredibilitas Perusahaan pada Sikap terhadap Produk	61
Tabel 4.19. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda Pengaruh Keterlibatan Konsumen dan Kredibilitas Perusahaan pada Minat Pembelian	62



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Pengaruh keterlibatan konsumen dan kredibilitas perusahaan pada efektivitas iklan sepeda motor Kawasaki di Kota Yogyakarta

FAJR'IN, Septina, Slamet santoso Sarwono, Dr.,M.B.A

Universitas Gadjah Mada, 2010 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Model Komunikasi Iklan	15
Gambar 2. Kerangka Pemikiran	32

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuesioner	74
Lampiran 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner	77
Lampiran 3. Identitas Responden	86
Lampiran 4. Skor Jawaban Responden	89
Lampiran 5. Analisis Regresi	117