

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
ABSTRAK .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.6 Lingkup Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penelitian .....	8
BAB II LANDASAN TEORI .....	10
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi Pemasaran .....	10
2.1.2 Periklanan .....	12
2.1.3 Tujuan Periklanan .....	13
2.1.4 Konsep AIDA dalam Pemasaran .....	16
2.2 Periklanan Televisi .....	18
2.3 Pengertian <i>DAGMAR (Defining Advertising Goals Measured Advertising Result)</i> .....	22
2.4 Evaluasi .....	27
2.4.1 Pengertian Evaluasi .....	27
2.4.2 Macam-Macam Evaluasi .....	30
2.4.3 Evaluasi Bisnis .....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	35

3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.2 Subjek Penelitian .....	36
3.3 Instrumen dan Alat Penelitian .....	36
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	41
3.5 Pengelolaan dan Analisis Data .....	42
3.6 Perhitungan Efektivitas .....	42
<b>BAB IV ANALISIS DATA .....</b>	<b>44</b>
4.1 Pengumpulan Data .....	44
4.2 Pembahasan .....	56
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Saran .....	67
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	69
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>73</b>