

DAFTAR ISI

	Hal
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Pernyataan Akademik	iv
Kata Pengantar	v
Daftar Isi.....	vi
Abstract	xiv
Intisari	xv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kerangka Pemikiran.....	8
1. Iklan dan Komunikasi Pemasaran.....	9
2. Teori S-O-R.....	12
3. Teori Kognitif Sosial/ <i>Social Cognitive Theory</i>	15
a. Pengetahuan	18
b. Sikap Pada Iklan.....	21
c. Perilaku, Kesadaran, dan Perilaku Sadar	23

4. Osteoporosis.....	25
F. Hipotesis.....	28
G. Definisi Operasional Variabel.....	29
H. Metodologi Penelitian	31
1. Metode penelitian.....	31
2. Populasi dan Sampel	32
a. Populasi.....	32
b. Sampel.....	33
3. Metode dan teknik pengambilan sampel.....	36
4. Metode pengumpulan data	36
5. Teknik pengumpulan data.....	37
a. Data primer.....	37
b. Data sekunder.....	37
6. Pengujian instrumen penelitian.....	38
a. Uji validitas	38
b. Uji reliabilitas.....	38
7. Metode analisis data.....	39
a. Analisis deskriptif	39
b. Analisis kuantitatif	39
I. Limitasi Penelitian	43
BAB II: IKLAN TELEVISI DAN PEMASARAN SOSIAL	45
A. Periklanan.....	45
B. Iklan Sebagai Media Komunikasi Pemasaran.....	48
C. Komponen-komponen Iklan.....	52
D. Fungsi Iklan.....	54
E. Iklan Dalam Pemasaran Sosial.....	56
F. Iklan yang Efektif.....	58
G. Iklan Televisi.....	60

H. Sikap.....	63
1. Definisi Sikap.....	63
2. Komponen Sikap.....	64
3. Karakteristik Sikap.....	65
4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap.....	65
5. Perwujudan Sikap dalam Perilaku.....	67
6. Sikap pada Iklan.....	69
7. Keinginan dan Perilaku.....	70
8. Hubungan Sikap dan Perilaku.....	71
 BAB III: PROFIL IKLAN ANLENE DAN KABUPATEN SLEMAN.....	 73
A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan.....	73
B. Sistem yang Sedang Berjalan Pada PT. Fonterra Brands Indonesia.....	75
C. Struktur Organisasi.....	76
D. Anlene PT. Fonterra Brands Indonesia.....	78
E. Produk Anlene.....	81
F. Keunggulan Produk Anlene.....	83
G. Gambaran Umum Kabupaten Sleman Yogyakarta.....	86
 BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	 90
A. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	90
1. Hasil uji validitas.....	90
2. Hasil uji reliabilitas.....	95
B. Deskripsi Karakteristik Responden.....	96
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	96
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi.....	97
3. Karakteristik Responden Tingkat Pendidikan.....	98
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Minat Beli.....	99
C. Deskripsi Data Penelitian.....	100

1. Variabel pesan iklan	100
2. Variabel pengetahuan osteoporosis	103
3. Variabel sikap pada iklan	106
4. Variabel perilaku sadar osteoporosis	108
D. Pengujian dan Pembahasan	110
1. Pengujian model penelitian	110
2. Pengujian hipotesis dan pembahasan	114
a. Pengujian hipotesis pertama.....	114
b. Pengujian hipotesis kedua	115
c. Pengujian hipotesis ketiga.....	115
d. Pengujian hipotesis keempat	116
e. Pengujian hipotesis kelima.....	117
f. Pengujian hipotesis keenam	117
g. Pengujian hipotesis ketujuh	118
BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	123
A. Kesimpulan	123
B. Saran.....	125
DAFTAR PUSTAKA	126

DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Model S-O-R Penelitian	14
Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 1.3 Model Analisis Jalur (<i>Path</i>)	43
Gambar 3.1 Sistem yang Sedang Berjalan di PT. Fonterra Brands Indonesia.....	76
Gambar 3.2 Struktur Organisasi.....	76
Gambar 3.3 Potongan Adegan Iklan Anlene.....	81
Gambar 3.4 Anlene Actifit.....	82
Gambar 3.5 Anlene Gold	82
Gambar 3.6 Anlene <i>One a Day</i>	82
Gambar 3.7 Anlene Total	83
Gambar 4.1 Hasil Analisis Pengaruh Antara X, I ₁ , I ₂ , dan Y	119

DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 1.1 Operasionalisasi Variabel	30
Tabel 1.2 Jumlah Populasi 6 Kecamatan	33
Tabel 1.3 Tabel Sampel Kelurahan	34
Tabel 1.4 Tabel Sampel Pedukuhan	35
Tabel 3.1 Tabel Pembagian Wilayah Administrasi Kab. Sleman	87
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	90
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	95
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	96
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	97
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	98
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Minat Beli	99
Tabel 4.7 Interval Penilaian Variabel Pesan Iklan	101
Tabel 4.8 Nilai Rata-rata Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Pesan Iklan	102
Tabel 4.9 Interval Penilaian Variabel Pengetahuan Osteoporosis	104
Tabel 4.10 Nilai Rata-rata Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Pengetahuan Osteoporosis	105
Tabel 4.11 Interval Penilaian Variabel Sikap pada Iklan	106

Tabel 4.12 Nilai Rata-rata Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Variabel Perilaku Sadar Osteoporosis	107
Tabel 4.13 Interval Penilaian Variabel Perilaku Sadar Osteoporosis	108
Tabel 4.14 Nilai Rata-rata Deskripsi Penilaian Responden Terhadap Perilaku Sadar Osteoporosis	109
Tabel 4.15 Hasil Pengujian Tahap 1	111
Tabel 4.16 Hasil Pengujian Tahap 2	112
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Tahap 3	113
Tabel 4.18 Hasil Pengujian Tahap 4	114

DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	130
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian (yang valid)	137
Lampiran 3 Tabel r.....	143
Lampiran 4 Tabel Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%	145
Lampiran 5 Tabel Karakteristik Responden	147
Lampiran 6 Hasil Output SPSS.....	155