

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	
ABSTRAK	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	4
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Pembatasan Masalah.....	5
1.4 Rumusan Masalah.....	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Manfaat Penelitian	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Kerangka Teoritis	8
2.1.1. Iklan	8
2.1.1.1 Pengertian Iklan.....	8
2.1.1.2 Sifat-sifat Iklan.....	9
2.1.1.3 Tujuan Periklanan	10

2.1.1.4 Pesan Periklanan	11
2.1.1.5 Media Iklan	12
2.1.1.6 Menetapkan Anggaran Iklan	12
2.1.2 Atribut Produk	13
2.1.2.1 Pengertian Produk	13
2.1.2.2 Pengertian Atribut Produk.....	14
2.1.2.3 Unsur-Unsur Atribut Produk.....	15
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	21
2.1.3.1 Pengertian Keputusan Pembelian.....	21
2.1.3.2 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian.....	21
2.1.3.3 Faktor yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian yang relevan.....	25
2.3 Kerangka Berpikir	27
2.4 Hipotesis	29

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	30
3.2 Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi.....	30
3.2.2 Sampel.....	30
3.3 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	32
3.3.1 Variabel Penelitian.....	32
3.3.2 Defenisi Operasional.....	32
3.4 Teknik Pengumpulan Data	34

3.5 Uji Instrumen Penelitian	35
3.5.1 Uji Validitas	36
3.5.2 Uji Reliabilitas	36
3.5.3 Mengubah Data Ordinal ke Interval	37
3.5.4 Uji Normalitas.....	38
3.6 Teknik Analisis Data	39
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	39
3.6.2 Analisis Regresi Berganda.....	40
3.6.3 Koefisien Determinan (R^2)	40
3.6.3 Uji Hipotesis	41

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	43
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	43
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	44
4.1.3 Produk Perusahaan.....	45
4.1.4 Struktur Organisasi	46
4.2 Deskripsi Responden	49
4.2.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.2.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
4.3 Analisis Data Penelitian.....	50
4.3.1 Pengujian Angket	50
4.3.2 Deskripsi Data Penelitian	55
4.3.3 Transformasi Data Ordinal menjadi Interval.....	55

4.3.4 Uji Normalitas	57
4.3.5 Uji Asumsi Klasik	59
4.3.6. Metode Persamaan Regresi Berganda	62
4.3.7 Koefisien determinan (R^2)	63
4.3.8 Pengujian Hipotesis	63
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Penjualan Pocari Sweat	2
Tabel 1.2 Tob Brand Award	2
Tabel 3.1 Pembagian Jumlah Responden	30
Tabel 3.2 Lay Out Angket.....	34
Tabel 4.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	50
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validas Variabel X1	51
Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel X1	52
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Validas Variabel X2	52
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel X2	53
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validas Variabel Y	54
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Validas Variabel Y	55
Tabel 4.9 Deskripsi Data Iklan.....	56
Tabel 4.10 Deskripsi Data Atribut Produk.....	56
Tabel 4,11 Deskripsi Data Keputusan Pembelian.....	57
Tabel 4.12 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	58
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas.....	59
Tabel 4.14 Kategori Korelasi	60
Tabel 4.15 Tabel Koefisien Determinasi Model Summary (b).....	60
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	62
Tabel 4.17 Hasil Uji F Anova (b).....	64

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	22
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	29
Gambar 4.1 Kemasan Pocari Sweat	45
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	48
Gambar 4.3 Scatterplot.....	61

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED

THE
Character Building
UNIVERSITY