

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Ruang Lingkup	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Konsep Pemasaran.....	6
2.2. Promosi.....	7
2.2.1 Tujuan Promosi	7
2.2.2 Bauran Promosi	8
2.3 Konsep Periklanan.....	11
2.3.1 Tujuan Periklanan	12
2.3.2 Strategi Pemilihan Media	13
2.3.3 Daya Tarik Iklan Televisi.....	14
2.4 Pengertian Citra Merek	16

2.5 Tahapan Pengambilan Keputusan Pembelian	19
2.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	22
2.7 Tinjauan Peneliti Terdahulu	27
2.8 Model Penelitian.....	28
2.9 Hipotesis	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	30
3.2. Populasi dan Sampel.....	30
3.2.1 Populasi	30
3.2.2 Sampel	30
3.3 Variabel Penelitian	31
3.4 Sumber Data	32
3.5 Alat Pengumpulan Data	33
3.6 Uji Validitas dan Realibilitas	34
3.6.1 Uji Validitas	34
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1 Analisis Kualitatif	38

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	40
4.2 Visi dan Misi Sampoerna	41

4.3 Merek-merek Dagang.....	42
4.3.1 A Mild	43
4.3.2 Dji Sam Soe.....	43
4.3.3 Sampoerna Kretek	44
4.4 Struktur Organisasi.....	44

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Karakteristik Responden	52
5.1.1 Responden Berdasarkan Kelompok Usia	52
5.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Fakultas.....	53
5.1.3 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
5.1.4 Responden Berdasarkan Uang saku/bulan	54
5.1.8 Responden Berdasarkan lama konsumsi Produk Rokok Sampoerna A Mild.....	55
5.1.9 Berdasarkan kenapa memilih Produk Rokok Sampoerna A Mild.....	55
5.1.10 Berdasarkan darimana mendapat informasi produk rokok sampoerna A Mild	56
5.2 Analisis Deskriptif Variabel	57
5.2.1 Iklan X1	57
5.2.2 Citra Merek X2	60
5.2.3 Keputusan Pembelian Y	61
5.3 Analisis Linear Berganda	62

5.4 Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)	64
5.5 Uji Hipotesis	64
5.5.1. Signifikan Simultan (Uji-F)	64
5.5.2. Uji Parsial (Uji T).....	65
5.6 Implikasi Penelitian.....	66
5.7 Pembahasan	68

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan.....	70
6.2 Saran	70
6.3 Keterbatasan Penelitian	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN