

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GRAFIK	xiv

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	10
F. Definisi Operasional	13
G. Kerangka Teori dan Hipotesis	14
H. Metode Penelitian	17
1. Pendekatan dan Jenis Penelitian	18
2. Subjek,Objek,dan Lokasi Penelitian	19
3. Teknik Sampling.....	19
4. Variabel dan Indikator Penelitian	17
5. Teknik Pengumpulan data	21
6. Teknik analisis data	22
I. Sistematika Pembahasan	27
J. Jadwal Penelitian	29

BAB II : KAJIAN TEORITIS

A. Kajian Pustaka	30
1. Komunikasi massa	30
a. Definisi Komunikasi Massa	30
b. Karakteristik Komunikasi Massa	32
c. Fungsi Komunikasi Massa	32
d. Efek Komunikasi Massa	32
2. Iklan	33
a. Definisi Iklan	33
b. Bentuk-bentuk Iklan	35
c. Fungsi Iklan	33
d. Tujuan Iklan	37
e. Sifat dan Kecenderungan Iklan	40
f. Citra Dalam Iklan	41
3. Motif Individu	42
a. Definisi Motif Individu	42
b. Macam - macam Motif	42
c. Kriteria Motif	43
4. Perilaku Membeli	44
a. Definisi Perilaku Membeli	44
b. Tahap-tahap Pengambilan Keputusan Membeli	44
c. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Membeli	47
5. Pengaruh Iklan Terhadap Motif Pembelian	48
B. Kajian Teori	51

BAB III : PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian	53
1. Deskripsi Subjek	53
2. Objek Penelitian	53
3. Lokasi Penelitian	56
a. Kondisi Geografis	57

	b. Keadaan Demografis	58
	c. Keadaan Keagamaan dan Sarana Ibadah	58
	d. Pendidikan dan Sarana Pendidikan	59
	e. Keadaan Perekonomian	60
	f. Struktur Kepengurusan Desa	61
	B. Deskripsi Data Penelitian	62
	1. Uji Validitas dan Reliabilitas	62
	a. Uji Validitas	62
	b. Uji Reliabilitas	66
	2. Perolehan Data Angket	68
BAB IV	: ANALISIS DATA	
	A. Pengujian Hipotesis	77
	B. Pembahasan Hasil Penelitian	86
BAB V	: PENUTUP	
	A. Kesimpulan	90
	B. Rekomendasi	91
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		