

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	iii
Kata Pengantar	iv
Abstrak	vi
Abstract	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 Promosi	14
2.1.2 Iklan	15

2.1.2.1	Iklan Cetak	16
2.1.3	Harga.....	17
2.1.4	Potongan Harga.....	17
2.1.5	<i>Framing</i>	19
2.1.5.1	<i>Framing</i> Pesan Diskon	22
2.1.6	<i>Endorser</i>	24
2.1.7	<i>Sikap</i>	25
2.1.7.1	<i>Sikap</i> Atas Iklan	26
2.1.8	Niat Beli	27
2.2	Hubungan antar Variabel Penelitian.....	27
2.2.1	Pengaruh <i>Framing</i> Pesan Diskon terhadap Sikap Konsumen.....	27
2.2.2	Pengaruh <i>Endorser</i> Terhadap Sikap Konsumen	28
2.2.3	Pengaruh Sikap Atas Iklan Terhadap Niat Beli	30
2.3	Penelitian Sebelumnya	30
2.4	Hipotesis dan Model Analisis.....	32
2.5	Kerangka Berfikir	32
BAB III METODE PENELITIAN		35
3.1	Pendekatan Penelitian.....	35
3.1.1	Dasar Desain Penelitian	35
3.1.2	Desain Eksperimental.....	36
3.1.3	Pengembangan Stimulus	36
3.2	Identifikasi Variabel	37

3.2.1	Variabel Bebas	38
3.2.2	Variabel Terikat	38
3.2.3	Variabel Terikat	38
3.3	Definisi Operasional Variabel	38
3.3.1	Variabel Bebas	39
3.3.2	Variabel Terikat	40
3.3.3	Variabel Terikat	40
3.4	Jenis dan Sumber Data	41
3.5	Seleksi Partisipan.....	41
3.6	Cek Manipulasi.....	42
3.7	Prosedur Pengumpulan Data	43
3.8	Teknik Analisis.....	44
3.8.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.8.2	<i>One-Way</i> Anova	45
3.8.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	46
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1	Deskripsi Variabel Penelitian	47
4.1.1	Deskripsi Partisipan	47
4.1.2	Cek Manipulasi	49
4.1.3	Deskripsi Jawaban Partisipan.....	51
4.1.4	Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
4.1.4.1	Sikap Atas Iklan	52
4.1.4.2	Niat Beli Konsumen	53

4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	55
4.2.1	Uji Validitas	55
4.2.2	Uji Reliabilitas	56
4.2.3	<i>Analysis Of Variance</i> (ANOVA)	57
4.2.3.1	Teknik analisis <i>One Way</i> ANOVA Variabel Sikap Atas Iklan pada <i>Framing</i> Pesan <i>Single</i> dan <i>Multiple</i> Diskon.....	57
4.2.3.2	Teknik analisis <i>One Way</i> ANOVA Variabel Sikap Atas Iklan pada <i>Endorser</i> Selebritis dan Non Selebritis.....	58
4.2.3.3	Perbedaan Sikap Konsumen Atas Iklan Dilihat Dari <i>Framing</i> Pesan Diskon.....	58
4.2.3.4	Perbedaan Sikap Konsumen Atas Iklan Dilihat Dari <i>Endorser</i>	59
4.2.4.	Analisis Regresi Linier Sederhana	60
4.2.4.1	Persamaan Regresi Linier Sederhana.....	61
4.2.4.2	Uji.....	61
4.2.4.3	Nilai R dan Nilai R ²	62
4.2.5.	Pengujian Hipotesis.....	62
4.3.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	63
4.3.1	Pengaruh <i>Framing</i> Pesan Diskon terhadap Sikap Konsumen.....	63
4.3.2	Pengaruh <i>Endorser</i> terhadap Sikap Konsumen	64

4.3.3	Pengaruh Sikap Atas Iklan Terhadap Niat Beli	65
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	66
5.1	Simpulan	66
5.2	Saran	66
5.2.1	Saran Untuk Praktisi	66
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1 Jumlah Partisipan Berdasarkan Usia.....	47
4.2 Jumlah Partisipan Berdasarkan Angkatan.....	48
4.3 Jumlah Partisipan Berdasarkan Departemen.....	48
4.4 Kategori Rata-Rata Jawaban Partisipan	49
4.5 Variabel Sikap atas Iklan	52
4.6 Variabel Niat Beli	54
4.7 Hasil Uji Validitas pada Variabel Sikap Atas Iklan.....	55
4.8 Hasil Uji Validitas pada Variabel Niat Beli.....	55
4.9 Hasil Uji Reliabilitas	56
4.10 Uji Homogenitas ANOVA (1)	57
4.11 Uji Homogenitas ANOVA (2)	58
4.12 Uji Hipotesis Ke-1	59
4.13 Uji Hipotesis Ke-2	60
4.14 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	61
4.15 Rangkuman Hasil Penelitian	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Contoh format potongan harga.....	3-4
2.1 Kerangka Berfikir.....	32
4.1 Iklan Pakaian Wanita dengan <i>Framing</i> Pesan <i>Multiple</i> diskon dengan <i>Endorser</i> Selebritis dan Iklan Pakaian Wanita <i>Framing</i> Pesan <i>Single</i> diskon dengan <i>Endorser</i> Selebritis	49
4.2 Iklan Pakaian Wanita dengan <i>Framing</i> Pesan <i>Multiple</i> diskon dengan <i>Endorser</i> non Selebritis dan Iklan Pakaian Wanita dengan <i>Framing</i> Pesan <i>Single</i> diskon dengan <i>Endorser</i> non selebriti	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Bentuk Iklan

Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Partisipan

Lampiran 4 Deskripsi Variabel Penelitian

Lampiran 5 Validitas dan Reliabilitas Variabel Sikap atas Iklan

Lampiran 6 Validitas dan Reliabilitas Variabel Niat Beli

Lampiran 7 Uji *One Way Anova* untuk Variabel *Framing* Pesan Diskon

Lampiran 8 Uji *One Way Anova* untuk Variabel *Endorser*

Lampiran 9 Uji Regresi Linier Sederhana