

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN NOTA PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Fokus Penelitian.....	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Konsep Persepsi.....	7
1. Definisi Persepsi	7
2. Faktor-Faktor Persepsi.....	8
3. Indikator yang Mempengaruhi Persepsi	11

B. Konsep Sikap	12
1. Definisi Sikap	12
2. Karakteristik Sikap	13
3. Faktor-Faktor Sikap	14
4. Teori-Teori Tentang Sikap	16
5. Indikator yang Mempengaruhi Sikap	17
C. Konsep Rekayasa Pesan Iklan Syariah	18
1. Definisi Rekayasa Pesan Iklan Syariah	18
2. Faktor-Faktor Pesan Iklan.....	20
3. Indikator yang Mempengaruhi Pesan Iklan.....	28
D. Konsep Minat Beli	29
1. Definisi Minat Beli	29
2. Faktor-Faktor Minat Beli	30
3. Indikator yang Mempengaruhi Minat Beli	33
E. Penelitian Terdahulu	34
F. Kerangka Berpikir.....	36
G. Pengajuan Hipotesis.....	37
 BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	39
B. Sumber Data	39
C. Populasi dan Sampel	39
D. Tata Variabel Penelitian.....	40
E. Definisi Operasional	41
F. Teknik Pengumpulan Data.....	43
1. Metode Dokumentasi	43
2. Metode Angket	44
G. Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen.....	45
1. Uji Validitas Instrumen.....	45
2. Realibilitas Instrumen	45

H.	Uji Asumsi Klasik.....	47
1.	Uji Multikolinieritas	47
2.	Uji Autokolerasi.....	47
3.	Uji Normalitas	48
4.	Uji Homoskedastisitas	49
I.	Analisis Data.....	49
1.	Statistik Deskriptif	49
2.	Uji Statistik	50
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
A.	Gambaran Umum Perusahaan PT Djarum.....	52
B.	Struktur Organisasi PT. Djarum Kudus.....	54
C.	Gambaran Umum Responden.....	58
1.	Diskripsi Identitas Responden	58
2.	Umur Responden	58
3.	Pekerjaan Responden.....	59
4.	Pendapatan Responden	60
D.	Deskripsi Data Penelitian.....	61
E.	Uji Asumsi Klasik.....	65
1.	Uji Autokolrelasi	65
2.	Uji Multikolinieritas	65
3.	Uji Heteroskedastitas	66
4.	Uji Normalitas	67
F.	Uji Statistik	69
1.	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
2.	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	69
3.	Uji Parsial (Uji t Statistik)	70
G.	Pembahasan	74
H.	Implikasi Penelitian	76
BAB V : PENUTUP		
A.	Kesimpulan	78
B.	Keterbatasan Penelitian.....	79

C. Saran	79
D. Penutup	80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Prosentasi Belanja Iklan di Berbagai Media	2
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	41
Tabel 3.2	Hasil Uji Reabilitas Instrumen	45
Tabel 3.3	Hasil Uji Validitas Instrumen	46
Tabel 4.1	Pembelian Konsumen	58
Tabel 4.2	Umur Responden.....	59
Tabel 4.3	Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.4	Pendapatan Responden	60
Tabel 4.5	Hasil dari Jawaban Responden	61
Tabel 4.6	Uji Autokorelasi	65
Tabel 4.7	Coefficient Correlations.....	66
Tabel 4.8	Hasil Uji Multikolinearitas.....	66
Tabel 4.9	Hasil Koefisien Korelasi dan Uji Simultan.....	69
Tabel 4.10	Anova	70
Tabel 4.11	Koefisien Regresi.....	70
Gambar 4.1	Heteroskedastitas.....	67
Gambar 4.2	Normalitas Arah Diagonal	68
Gambar 4.3	Normalitas Grafik Histogram.....	68