

DAFTAR ISI

Halaman judul	
Halaman Persetujuan Skripsi	
Abstrak	i
Kata Pengantar	ii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi masalah dan Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	10
1.5 Kerangka Teoritis.....	11
1.6 Kerangka Pemikiran.....	15
1.7 Hipotesis Penelitian.....	17
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Promosi	18
2.1.1 Pengertian Promosi	18
2.1.2 Bauran Promosi.....	19
2.1.3 Promosi Sebagai Proses Komunikasi	20
2.2 Periklanan	23
2.2.1 Pengertian Periklanan	23
2.2.2 Ciri-ciri Khas Dari Periklanan	26

2.2.3 Sifat Iklan.....	27
2.3.4 Pengembang Program Iklan.....	28
2.2.5 Media Iklan (Televisi dan Media Cetak).....	37
2.3 Citra Merek.....	60
2.3.1 Pengertian Citra Merek.....	60
2.3.2 Keuntungan Terciptanya Citra Positif.....	64
2.3.3 Dimensi Citra Merek.....	65
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	67
3.2 Populasi dan Sampel.....	67
3.3 Operasional Variabel.....	69
3.4 Teknik Pengambilan Data.....	72
3.5 Teknik Pengolahan Data.....	74
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Objek Umum Penelitian.....	81
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT.Telkom.....	81
4.1.2 Portofolio Bisnis Telkom.....	86
4.1.3 Visi Misi PT.Telkom.....	88
4.1.4 Logo, Arti Logo, Tagline PT.Telkom.....	90
4.1.5 Kredo.....	92
4.1.6 Maskot Be Bee.....	93
4.1.7 Budaya Perusahaan.....	93
4.1.8 Strategi Bisnis PT.Telkom.....	94
4.1.9 Struktur Organisasi.....	94

4.1.10	Pembagian Tugas dan TanggungJawab	96
4.1.11	Jenis Produk dan Pelayanan Jasa Telkom.....	100
4.2	Deskripsi Hasil Pembahasan penelitian	108
4.2.1	Instrumen Penelitian Pernyataan Untuk Variabel Periklanan Media Televisi (X ₁).....	108
4.2.2	Instrumen Penelitian Pernyataan Untuk Variabel Periklanan Media Cetak (X ₂)	109
4.2.3	Instrumen Penelitian Pernyataan Untuk Variabel Citra Merek.....	110
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	111
4.3.1	Uji Validitas	111
4.3.2	Uji Reliabilitas	113
4.3.3	Pengolahan Data Penelitian.....	115
4.4	Pembahasan	
4.4.1	Iklan Media Televisi (X ₁) Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Citra Merek (Y).....	117
4.4.2	Media Cetak (X ₂) Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Citra Merek (Y).....	120
4.4.3	Media Iklan Televisi (X ₁) dan Media Cetak (X ₂) Berpengaruh Secara Signifikan Terhadap Citra Merek (Y)	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	127
5.2	Saran.....	128
DAFTAR PUSTAKA		130
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		
LAMPIRAN		