

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
ABSTRACT.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Landasan Teori dan Kajian Empiris	12
2.1.1 Pengertian Pemasaran	12
2.1.2 Bauran Promosi.....	13
2.1.3 Pengertian dan Peran Periklanan.....	13

2.1.4 Media Televisi	16
2.1.5 Efektivitas Periklanan.....	17
2.1.6 Empathy, persuasion, impact and communication (EPIC) Model...	19
2.2 Kajian Empiris	24
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Variabel Penelitian	32
3.3 Sumber Data	34
3.4 Tahapan Penelitian	36
3.4 A Populasi dan Sampel.....	36
3.4 B Teknis Analisis Data.....	38
3.4 B a Analisis Persentase	38
3.4 B b Skor Rata-rata.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1 Profil Responden	41
4.2 Tanggapan Responden tentang EPIC.....	44
4.2.1 Empathy.....	44
4.2.2 Persuasion.....	48
4.2.3 Impact	52
4.2.4 Communication.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1 Kesimpulan	64

5.2 Saran..... 67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

Universitas Tanjungpura