

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	viii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.5 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	8
1.6 Kerangka Pemikiran.....	10
1.6.1 Kerangka Teoritis.....	10
1.6.2 Kerangka Konseptual.....	13
1.6.3 Kerangka Operasional.....	17
1.7 Hipotesis.....	20
1.8 Langkah-langkah Penelitian.....	21
1.8.1 Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	21
1.8.2 Metode Penelitian.....	21
1.8.3 Jenis Data.....	21

1.8.4 Sumber Data.....	22
1.8.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
1.8.6 Populasi dan Sampel.....	24
1.8.7 Teknik Pengukuran Instrumen Penelitian.....	25
1.8.8 Analisis Data.....	26

## **BAB II TINJAUAN TEORITIS**

2.1 Pengertian Komunikasi.....	30
2.2 Komunikasi Persuasif.....	33
2.2.1 Proses Komunikasi Persuasif.....	35
2.3 Teori Kredibilitas.Sumber.....	36
2.3.1 Pengertian Kredibilitas Komunikator.....	39
2.3.2 Komponen Kredibilitas.....	42
2.4 Tinjauan mengenai.Sikap.....	48
2.4.1 Sikap dan Definisinya.....	48
2.4.2 Proses Pembentukan Sikap.....	52
2.4.3 Karakteristik Sikap.....	53
2.5 Tinjauan Mengenai Promosi.....	54
2.5.1 Definisi Promosi.....	54
2.5.2 Tujuan Promosi.....	55
2.5.3 Bauran Promosi.....	56
2.5.4 Sales Promotion.....	57
2.5.5 Sales Promotion Girls dan Sales Promotion Boy.....	58
2.6 Tinjauan Mengenai Weekend Sale.....	62

## **BAB III ANALISIS HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

3.1 Kondisi Objektif Lokasi.....	63
3.1.1 Selayang Pandang Merdeka motor.....	63
3.1.2 Sejarah PT. Merdeka Motor.....	64
3.1.3 Struktur Organisasi.....	65
3.1.4 Visi dan Misi PT. Merdeka Motor.....	72
3.2 Deskripsi Penelitian.....	72
3.2.1 Gambaran Umum Responden.....	73
3.3 Uji Validitas.....	78
3.4 Uji Realibilitas.....	82
3.5 Analisis Data.....	83
3.5.1 Analisis Kredibilitas <i>Sales Promotion</i> Honda.....	83
3.5.2 Analisis Sikap Khalayak Konsumen Honda.....	105
3.5.3 Pengaruh Kredibilitas <i>Sales Promotion</i> Terhadap Khalayak.....	113
3.6 Intepertasi Hasil Hipotesis.....	117

## **BAB IV PENUTUP**

4.1 Kesimpulan.....	119
4.2 Saran.....	120

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>122</b>
----------------------------	------------

## **LAMPIRAN**