

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	6
1.2.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Kerangka Pemikiran.....	9
1.5 Asumsi.....	17
1.6 Hipotesis.....	18
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN, ASUMSI, DAN HIPOTESIS	
2.1 Konsep Pemasaran	
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	19
2.1.2 Konsep dan Karakteristik Jasa.....	21
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	23
2.2 Pengembangan Produk	
2.2.1 Pengertian Produk.....	26
2.2.2 Perencanaan Produk.....	27
2.2.3 Proses Pengembangan Produk.....	28
2.2.4 Pengembangan Produk untuk Jasa.....	30

2.2.5	Karakteristik dalam Pengembangan.....	31
2.3	Program Stasiun Televisi	
2.3.1	Departemen Program.....	31
2.3.2	Tujuan Program.....	32
2.3.3	Bentuk Program.....	34
2.3.4	Jenis Program Televisi.....	35
2.4	Citra Perusahaan	
2.4.1	Pengertian Citra Perusahaan.....	41
2.4.2	Proses Pembentukan Citra Perusahaan.....	42
2.4.3	Peran Citra.....	43
2.4.4	Pengembangan Citra.....	45
2.4.5	Manfaat Citra Perusahaan.....	47
2.4.6	Strategi Dasar Membentuk Citra Perusahaan.....	47
2.4.7	Mempopulerkan Citra Perusahaan.....	50
2.4.8	Langkah-langkah Dalam Memperbaiki Citra Perusahaan.....	49 50
2.4.9	Elemen Citra Perusahaan.....	52
2.5	Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Citra Perusahaan.....	53

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	54
3.2	Metode Penelitian	
3.2.1	Sifat/Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan.....	55
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	56
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	60
3.2.4	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	
3.2.4.1	Populasi.....	51
3.2.4.2	Sampel.....	59
3.2.4.3	Teknik Sampling.....	64
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data.....	66
3.2.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	

3.2.6.1 Uji Validitas.....	67
3.2.6.2 Uji Reliabilitas.....	69
3.2.7 Teknik Analisis Data	
3.2.7.1 Analisis Deskriptif.....	72
3.2.7.2 Analisis Verifikatif.....	72
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	
4.1.1 Sejarah ANTV	78
4.1.2 Visi dan Misi ANTV.....	78
4.1.3 Organisasi ANTV.....	79
4.1.4 Kemitraan Strategis dengan Star TV.....	80
4.1.5 Filosofi Logo ANTV	81
4.1.6 Program Acara ANTV	81
4.2 Karakteristik Responden serta Pengalaman Responden	
4.2.1 Karakteristik Responden.....	84
4.2.2 Pengalaman Responden.....	91
4.3 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Program Acara ANTV.....	98
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan ANTV	111
4.4 Pengujian dan Pembahasan Hipotesis Penelitian	
4.4.1 Pengujian Hipotesis Penelitian	122
4.4.2 Pembahasan Hipotesis Penelitian	126
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	128
5.2 Saran.....	129
DAFTAR PUSTAKA	131
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Stasiun Televisi Nasional di Indonesia	3
Tabel 1.2	Belanja Iklan pada Media, Tahun 2006	4
Tabel 1.3	Penerimaan Iklan (<i>gross</i>) per Stasiun Televisi	4
Tabel 1.4	<i>Audience Share</i> Stasiun Televisi Nasional	5
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	56
Tabel 3.2	Jenis dan Sumber Data	60
Tabel 3.3	Jumlah Penduduk Kelurahan Cijerah, Bandung	61
Tabel 3.4	Penarikan Proposi Sampel pada Setiap RT Penelitian	65
Tabel 3.5	Skor Item Pertanyaan	73
Tabel 3.6	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	75
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	85
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	86
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	87
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	88
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Dalam Keluarga	90
Tabel 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Rata-rata Menonton Televisi Dalam Satu Hari	91
Tabel 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Televisi Dalam Satu Minggu	92
Tabel 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Program Acara Yang Paling Disukai	93
Tabel 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Stasiun Televisi Yang Sering Ditonton	95
Tabel 4.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Program Acara Baru ANTV Dalam Jangka Waktu Tiga Bulan Terakhir	96

Tabel 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Relative Advantage</i> Pengembangan Program Acara ANTV.....	99
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Compatibility</i> Pengembangan Program Acara ANTV.....	102
Tabel 4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Complexity</i> Pengembangan Program Acara ANTV.....	105
Tabel 4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Observability</i> Pengembangan Program Acara ANTV.....	108
Tabel 4.15	Rangkuman Hasil Tanggapan Responden Terhadap Pengembangan Program Acara ANTV.....	110
Tabel 4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Reputations</i> ANTV.....	111
Tabel 4.17	Tanggapan Responden Terhadap <i>Recognition</i> ANTV.....	114
Tabel 4.18	Tanggapan Responden Terhadap <i>Affinity</i> ANTV.....	117
Tabel 4.19	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i> ANTV.....	119
Tabel 4.20	Rangkuman Hasil Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan	109 122
Tabel 4.21	Rangkuman Hasil Pengujian Hipotesis.....	125



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Persentase Rata-rata Rumah Tangga yang Memiliki Pesawat Televisi di Beberapa Wilayah.....	2
Gambar 1.2	Kerangka Pemikiran	16
Gambar 1.3	Paradima Penelitian	17
Gambar 3.1	Pembagian Sampel Pemirsa Televisi di Kelurahan Cijerah Bandung.....	65
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	86
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	87
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	88
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	89
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Dalam Keluarga	90
Gambar 4.6	Pengalaman Responden Berdasarkan Lama Rata-rata Menonton Televisi Dalam Satu Hari	92
Gambar 4.7	Pengalaman Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Televisi Dalam Satu Minggu.....	93
Gambar 4.8	Pengalaman Responden Berdasarkan Jenis Program Acara Yang Paling Disukai.....	94
Gambar 4.9	Pengalaman Responden Berdasarkan Stasiun Televisi Yang Sering Ditonton	96
Gambar 4.10	Pengalaman Responden Berdasarkan Pengetahuan Tentang Program Acara Baru ANTV Dalam Jangka Waktu Tiga Bulan Terakhir.....	97
Gambar 4.11	Tanggapan Responden Terhadap <i>Relative Advantage</i> Pengembangan Program Acara ANTV.....	100
Gambar 4.12	Tanggapan Responden Terhadap <i>Compatibility</i> Pengembangan Program Acara ANTV.....	103
Gambar 4.13	Tanggapan Responden Terhadap <i>Complexity</i> Pengembangan Program Acara ANTV.....	106

Gambar 4.14	Tanggapan Responden Terhadap <i>Observability</i> Pengembangan Program Acara ANTV.....	109
Gambar 4.15	Tanggapan Responden Terhadap <i>Reputations</i> ANTV.....	112
Gambar 4.16	Tanggapan Responden Terhadap <i>Recognition</i> ANTV.....	115
Gambar 4.17	Tanggapan Responden Terhadap <i>Affinity</i> ANTV.....	117
Gambar 4.18	Tanggapan Responden Terhadap <i>Brand Loyalty</i> ANTV..	120
Gambar 4.19	Pengaruh Pengembangan Program Acara Terhadap Citra Perusahaan ANTV.....	123
Gambar 4.20	Normalitas Pengaruh Pengembangan Program Acara Terhadap Citra Perusahaan ANTV.....	124



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Identitas Responden
- Lampiran 3 Pengalaman Responden
- Lampiran 4 Data Ordinal Variabel Penelitian
- Lampiran 5 Data Interval Variabel Penelitian
- Lampiran 6 Ouput SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen
- Lampiran 8 Perhitungan Manual Validitas dan Reliabilitas Instrumen
- Lampiran 9 Ouput SPSS Uji Hipotesis
- Lampiran 10 Perhitungan Manual Koefisien Korelasi dan Persamaan Regresi
- Lampiran 11 Perhitungan Manual Uji t
- Lampiran 12 Daftar Tabel t
- Lampiran 13 Daftar Tabel F
- Lampiran 14 Agenda Bimbingan Skripsi
- Lampiran 15 Surat Izin
- Lampiran 16 Daftar Riwayat Hidup

