

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	7
1.2.1 Identifikasi Masalah .....	7
1.2.2 Rumusan masalah .....	9
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	10
1.3.1 Tujuan Penelitian .....	10
1.3.2 Kegunaan Penelitian .....	10
1.4 Kerangka Pemikiran.....	11
1.5 Asumsi .....	17
1.6 Hipotesis .....	18
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>20</b>
2.1 Konsep Pemasaran Jasa .....	20
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	20
2.1.2 Konsep Jasa .....	22
2.1.3 Bauran Pemasaran Jasa .....	26
2.2 Persepsi .....	29
2.2.1 Definisi Persepsi .....	29
2.2.2 Fungsi Persepsi .....	32
2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi .....	33
2.2.4. Proses Persepsi.....	36
2.3. Persepsi atas atribut produk .....	38
2.3.1. Produk (program acara) .....	38
2.3.1.1 Departemen Program Acara.....	38
2.3.1.2 Tujuan Program Acara.....	40
2.3.1.3 Bentuk Program Acara.....	42
2.3.1.4 Jenis Program Acara .....	43
2.3.2 Atribut Produk.....	50
2.3.2.1 Merek (Nama Program Acara).....	50
2.3.2.2 Kemasan.....	52
2.3.2.3 Pelabelan .....	53
2.4 Citra Perusahaan .....	54
2.4.1 Definisi Citra Perusahaan.....	54
2.4.2 Manfaat Citra Perusahaan .....	57
2.4.3 Pembentukan Citra.....	58
2.4.4 Pentingnya Citra Perusahaan .....	58
2.4.5 Langkah-langkah dalam memperbaiki Citra Perusahaan.....	61
2.5. Pengaruh persepsi pemirsa atas atribut program acara .....	65

terhadap citra perusahaan

<b>BAB III</b>	<b>OBJEK DAN METODE PENELITIAN</b>	<b>66</b>
3.1	Objek Penelitian .....	66
3.2	Metode Penelitian .....	67
3.2.1	Jenis Penelitian dan Metode yang Digunakan .....	67
3.2.2	Operasionalisasi Variabel .....	69
3.2.3	Jenis dan Sumber Data .....	72
3.2.4	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .....	72
3.2.4.1	Populasi .....	72
3.2.4.2	Sampel .....	74
3.2.4.3	Teknik Sampling .....	77
3.2.5	Teknik Pengumpulan Data .....	78
3.2.6	Skala Pengukuran Variabel .....	79
3.2.7	Validitas dan Reliabilitas .....	80
3.2.7.1	Pengujian Validitas .....	80
3.2.7.2	Pengujian Reliabilitas .....	82
3.2.8	Teknik Analisis Data .....	84
3.2.8.1	Analisis Data .....	84
3.2.8.2	Analisis Korelasi .....	86
3.2.8.3	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	87
3.2.8.4	Rancangan Uji Hipotesis .....	89
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>95</b>
4.1	Profil PT Indosiar Visual Mandiri .....	95
4.2	Visi dan Misi PT Indosiar Visual Mandiri .....	96
4.3	Karakteristik Responden .....	97
4.3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..	97
4.3.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	98
4.3.3	Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan .....	99
4.3.4	Karakteristik Responden Berdasarkan waktu .....	100
4.3.5	Karakteristik Responden Berdasarkan cara menonton televisi .....	101
4.3.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Kebiasaan merekomendasikan program acara .....	102
4.3.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Alasan Menonton suatu acara .....	103
4.3.8	Peringkat program acara Indosiar yang disukai oleh responden .....	103
4.4	Gambaran Variabel Penelitian .....	105
4.4.1	Persepsi atas atribut program acara .....	105
4.4.1.1	Tanggapan Responden Terhadap Nama Program Acara .....	105
4.4.1.2	Tanggapan Responden Terhadap Pelabelan Acara ...	108
4.4.1.3	Tanggapan Responden Terhadap Kemasan Acara ...	122
4.4.2	Citra PT. Indosiar Visual Mandiri .....	132
4.4.2.1	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Reputation</i> .....	133

4.4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Recognition</i> .....	134
4.4.2.3.	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Affinity</i> .....	135
4.4.2.1.	Tanggapan Responden Terhadap Dimensi <i>Brand Loyalty</i> .....	137
4.5	Pengaruh Persepsi Atas Atribut Program Acara Terhadap Citra Perusahaan .....	138
4.5.1	Analisis Korelasi .....	139
4.5.2	Analisis Regresi Linear Sederhana .....	139
4.5.3	Koefisien Determinasi.....	140
4.6	Pembahasan.....	143
4.6.1	Gambaran Persepsi Atas Atribut Program Acara .....	144
4.6.2	Gambaran Citra Perusahaan.....	148
4.6.3	Pengaruh Persepsi Atas Atribut Program Acara Terhadap Citra Perusahaan .....	150
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	<b>152</b>
5.1	Kesimpulan .....	152
5.2	Rekomendasi.....	155
		158
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		

