

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
DAFTAR ISI.....	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN DAN HIPOTESIS	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 <i>Integrated Marketing Communications</i>	9
2.1.2 <i>Segmentation and targeting</i>	15
2.1.3 <i>Brand Image</i>	15
2.2 Kerangka Pemikiran	18
2.3 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Variabel Operasional	22
3.3 Instrumen Penelitian	24
3.4 Populasi dan Sampel	24
3.5 Metode Pengumpulan Data	24
3.6 Metode Analisis Data	25
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Karakteristik Responden	30
4.2 Analisis Regresi dan Korelasi	32
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	36
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Rekomendasi	37
DAFTAR PUSTAKA	38
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 20



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rokok Mild.....	3
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	22
Tabel 3.2	Ringkasan Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	27
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	30
Tabel 4.2	Pekerjaan	30
Tabel 4.3	Rokok Kelas Mild Yang Dikonsumsi	31
Tabel 4.4	Coefficients	32
Tabel 4.5	Model Summary	34

