

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAKSI	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Teori	10
1.5.1 Komunikasi Pemasaran	10
1.5.2 Iklan.....	11
1.5.3 Internet Marketing.....	14
1.5.4 Media Sosial	17

1.5.5 <i>Line Account</i>	18
1.5.6 Efektivitas Iklan	20
1.5.7 <i>Epic Model</i>	23
1.6 Penelitian Terdahulu.....	27
1.7 Kerangka Pemikiran	30
1.8 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	31
1.8.1 Definisi Konsep.....	31
1.8.2 Definisi Operasional.....	33
1.9 Metode Penelitian	36
1.9.1 Tipe Penelitian.....	36
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
1.9.3 Lokasi Penelitian	37
1.9.4 Sumber Data.....	37
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data	37
1.9.6 Populasi dan Sampel	37
1.9.6.1 Populasi	37
1.9.6.2 Sampel	38
1.9.7 Teknik Sampling	39
1.9.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	40
1.9.8.1 Uji Validitas	40
1.9.8.2 Uji Reliabilitas	41

1.9.9 Teknik Analisis Data	41
1.9.9.1 Skala Pengukuran	41
1.9.9.2 Analisis Deskriptif.....	42
1.9.9.3 Skor Rata-rata.....	43
1.9.9.4 <i>Epic Rate</i>	45

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Bisnis <i>Online</i>	46
2.2 <i>Line Account</i>	47
2.2.1 Sejarah <i>Line Account</i>	49
2.2.2 Fitur-fitur <i>Line Account</i>	50
2.2.3 Perkembangan <i>Line Account</i>	55
2.3 Bali Ratih.....	57
2.3.1 Produk Bali Ratih	58
2.3.2 Sistem Dropshipping.....	64

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden.....	66
3.2 Hasil Uji Validitssas dan Reliabilitas	67
3.3 Analisis Deskriptif	70
3.4 Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dimensi Empati	71

3.5	Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dimensi Persuasi	75
3.6	Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dimensi Dampak	79
3.7	Tanggapan Responden Terhadap Kuesioner Dimensi Komunikasi ..	82
3.8	Analisis Tingkat Efektifitas Iklan Dengan EPIC Model	84
3.8.1	Dimensi Empati	85
3.8.2	Dimensi Persuasif	87
3.8.3	Dimensi Dampak	89
3.8.4	Dimensi Komunikasi	90
3.9	<i>Epic Rate</i>	91
3.10	Pembahasan	95

BAB IV PENUTUP

4.1	Kesimpulan.....	99
4.2	Saran	102

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN