

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
E. Tinjauan Pustaka	5
1. Tinjauan Teoritis	5
a. Komunikasi Pemasaran	5
b. Peran Komunikasi Pemasaran	6
c. Tujuan Komunikasi Pemasaran	7
d. Bauran Komunikasi Pemasaran	8
e. Kerangka Dasar Komunikasi	10
f. Iklan	12
g. Promosi Penjualan	17
h. Perilaku Konsumen	20
i. Keputusan Pembelian	21
j. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	22
k. Tahap-tahap Proses dalam Pengambilan Keputusan	24
l. Perilaku Pasca Pembelian	26
m. Pengaruh Antara Iklan dan Promosi Penjualan	27

2. Tinjauan Empiris	29
F. Kerangka Pemikiran.....	32
G. Hipotesis	33
H. Metode Penelitian.....	33
1. Jenis Penelitian	33
2. Populasi dan Sampel	34
3. Sumber Data	36
4. Teknik Pengumpulan Data	37
5. Definisi Konsep dan Definisi Operasional	37
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	39
7. Teknik Penentuan Skor	41
8. Uji Asumsi Klasik.....	42
9. Teknik Analisis Data.....	44
10. Teknik Uji Hipotesis	45

BAB II PROFIL PERUSAHAAN

A. Profil Tokopedia.....	48
B. Output dari Tokopedia	49
C. Cabang Tokopedia	51
D. Struktur Organisasi	61
E. Anak Perusahaan PT. Pos Indonesia.....	62

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden	52
1. Jenis Kelamin Responden	52
2. Pendidikan Terakhir Responden	53
3. Pekerjaan Responden	54
4. Pengeluaran Perbulan Responden	54
B. Pengujian Validitas dan Reliabilitas	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	57
C. Analisis Statistik Deskriptif dan Analisis Statistik Inferensial	58

1. Analisis Statistik Deskriptif	58
2. Analisis Statistik Inferensial	75
D. Uji Asumsi Klasik	76
1. Uji Normalitas	76
2. Uji Multikolinearitas	77
3. Uji Heterokedastisitas	77
E. Analisis Regresi Linier Berganda	77
F. Uji Hipotesis	79
1. Uji F	79
2. Uji t	79
G. Pembahasan Hasil Penelitian	80
 BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	85
B. Saran.....	85
 DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN.....	90

DAFTAR TABEL

No.	Judul Tabel	Halaman
1.1	Pemetaan Penelitian Terdahulu	6
1.2	Jumlah Total Anggota GNCI	35
3.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
3.2	Karakteristik Reponden Berdasarkan Pendidikan	53
3.3	Karakteristik Reponden Berdasarkan Pekerjaan	54
3.4	Pengeluaran perbulan	55
3.5	Hasil Uji Validitas	56
3.6	Hasil Uji Reliabilitas	57
3.7	klan oleh Tokopedia menarik perhatian	59
3.8	Iklan oleh Tokopedia menimbulkan minat	60
3.9	Iklan oleh Tokopedia menimbulkan rangsangan	61
3.10	Iklan oleh Tokopedia membangkitkan keinginan	62
3.11	Hasil rata-rata rekapitulasi item Iklan	63
3.12	Promosi Penjualan berupa gratis ongkir	64
3.13	Promosi Penjualan berupa bebas biaya admin	65
3.14	Promosi Penjualan berupa cashback 100.000	66
3.15	Promosi Penjualan berupa diskon akhir tahun	67
3.16	Hasil rata-rata rekapitulasi item Promosi Penjualan	67
3.17	Melakukan Keputusan Pembelian karena Iklan oleh Tokopedia Menarik perhatian untuk membeli	68
3.18	Melakukan Keputusan Pembelian karena Promosi Penjualan oleh Tokopedia	69

3.19	Melakukan Keputusan Pembelian karena Iklan oleh Tokopedia menimbulkan minat untk membeli	70
3.20	Melakukan Keputusan Pembelian karena Iklan oleh Tokopedia menimbulkan minat untk membeli	71
3.2	Melakukan Keputusan Pembelian walaupun lebih mahal	72
3.22	Melakukan Keputusan Pembelian karena tertarik dengan Promo yang ditawarkan	73
3.23	Lebih Suka melakukan Keputusan Pembelian di Tokopedia	74
3.24	Hasil rekapitulasi item Keputusan Pembelian	75
3.25	Uji Multikolonieritas	77
3.26	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	78

DAFTAR GAMBAR

No.	Nama Judul	Halaman
1.1	Kerangka Dasar Komunikasi Umum	10
1.2	Proses Pembelian Model 5 Tahap	25
1.3	Model Perilaku Pembeli	27
1.4	Kerangka Pemikiran	32
1.5	Model Hipotesis	33