

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LatarBelakang	1
1.2 RumusanMasalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 ManfaatPenelitian	9
1.4.1Manfaat untuk Akademisi	9
1.4.2 Manfaat untuk Praktisi	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.6 Tinjauan Pustaka	10
1.6.1 Tinjauan Teoritik.....	10
A. KomunikasiPemasaran	10
B. KomunikasiPemasaran <i>Online</i>	11

C. Iklan.....	14
D. Media Sosial.....	15
E. Efektivitas Iklan.....	24
F. Pengukuran Efektivitas Iklan.....	26
1.6.2 Tinjauan Empiris.....	30
1.7 Kerangka Pemikiran.....	34
1.8 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	36
1.8.1 Definisi Konsep.....	36
1.8.2 Definisi Operasional.....	37
1.9 Metodologi Penelitian.....	44
1.9.1 Tipe Penelitian.....	44
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	45
1.9.3 Lokasi Penelitian.....	45
1.9.4 Sumber Data.....	45
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data.....	45
1.9.6 Populasi dan Sampel.....	46
1.9.6.1 Populasi.....	46
1.9.6.2 Sampel.....	47
1.9.7 Teknik <i>Sampling</i>	48
1.9.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49
1.9.8.1 Uji Validitas.....	49
1.9.8.2 Uji Reliabilitas.....	50
1.9.9 Teknik Analisis Data.....	51

1.9.9.1 Analisis Statistik Deskriptif	51
1.9.9.2 Analisis Uji t-test	54
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	56
A. Sejarah Paper Bag One.....	56
B. Visi, Misi, dan Motto Perusahaan	58
C. Struktur Organisasi	59
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	61
A. Karakteristik Responden.....	61
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	67
C. Analisis Deskriptif	72
D. Analisis Tingkat Efektivitas Iklan Berdasarkan Pendekatan <i>EPIC</i> <i>Model</i>	107
E. <i>EPIC Rate</i>	126
F. Hasil Uji t <i>Independent Sample Test</i>	132
G. Pembahasan	133
BAB IV PENUTUP.....	140
A. Kesimpulan.....	140
B. Saran	142
DAFTAR PUSTAKA	147
LAMPIRAN.....	151

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Pengetahuan Produk	28
Tabel 1.2 Tingkat PengetahuanProduk, adaptasi dari Perilaku dan Strategi Pemasaran dalam Durianto, Darmadi, dan Liana.....	28
Tabel 1.3 Daftar Penelitian Terdahulu	32
Tabel 1.4 Operasionalisasi Variabel.....	41
Tabel 3.1 Karakteristik Pelanggan via Instagram berdasarkan usia.....	62
Tabel 3.2 Karakteristik Pelanggan via Shopee berdasarka nusia	62
Tabel 3.3 Karakteristik Pelanggan via Instagram Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 3.4 Karakteristik Pelanggan via Shopee Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 3.5 KarakteristikPelanggan via Instagram Berdasarkan Pendidikan	64
Tabel 3.6 KarakteristikPelanggan via Shopee Berdasarkan Pendidikan.....	65
Tabel 3.7 KarakteristikPelanggan via Instagram Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	66
Tabel 3.8 KarakteristikPelanggan via Shopee Berdasarkan Pengeluaran per Bulan	67
Tabel 3.9 Hasil Uji Validitas Kuesioner Pada Pelanggan via Instagram	68
Tabel 3.10 Hasil Uji Validitas Kuesioner Pada Pelanggan via Shopee	69

Tabel 3.11 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pada Pelanggan via Instagram	71
Tabel 3.12 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pada Pelanggan via Shopee...	71
Tabel 3.13 Tanggapan responden tentang menyukai iklan Paper Bag One via Instagram.....	74
Tabel 3.14 Tanggapan responden tentang menyukai iklan Paper Bag One via Shopee	74
Tabel 3.15Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Instagram memiliki daya tarik yang tinggi	75
Tabel 3.16 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Shopee memiliki daya tarik yang tinggi	76
Tabel 3.17 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Instagram lebih unggul dibanding pesaingnya.....	76
Tabel 3.18 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Shopee lebih unggul dibanding pesaingnya.....	77
Tabel 3.19 Tanggapan responden tentang produk yang ditawarkan Paper Bag One via Instagram sesuai dengan kebutuhannya.....	78
Tabel 3.20 Tanggapan responden tentang produk yang ditawarkan Paper Bag One via Shopee sesuai dengan kebutuhannya.....	78
Tabel 3.21 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Instagram mudah dimengerti.....	79
Tabel 3.22 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Shopee mudah dimengerti.....	80

Tabel 3.23 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One di Instagram memudahkan pelanggan untuk memahami produk secara lebih detail	80
Tabel 3.24 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One di Shopee memudahkan pelanggan untuk memahami produk secara lebih detail	81
Tabel 3.25 Tanggapan responden tentang tertarik dengan produk yang ditawarkan Paper Bag One dalam iklan di Instagram	82
Tabel 3.26 Tanggapan responden tentang tertarik dengan produk yang ditawarkan Paper Bag One dalam iklan di Shopee	82
Tabel 3.27 Tanggapan responden tentang keyakinan produk Paper Bag One yang ditawarkan sesuai dengan iklan yang ditampilkan di Instagram	83
Tabel 3.28 Tanggapan responden tentang keyakinan produk Paper Bag One yang ditawarkan sesuai dengan iklan yang ditampilkan di Shopee	84
Tabel 3.29 Tanggapan responden tentang tidak ragu untuk membeli produk Paper Bag One via Instagram.....	84
Tabel 3.30 Tanggapan responden tentang tidak ragu untuk membeli produk Paper Bag One via Shopee	85
Tabel 3.31 Tanggapan responden tentang menggunakan produk dari Paper Bag One setelah melihat iklannya di Instagram	86

Tabel 3.32	Tanggapan responden tentang menggunakan produk dari Paper Bag One setelah melihat iklannya di Shopee	86
Tabel 3.33	Tanggapan responden tentang tidak tertarik dengan iklan lain setelah melihat iklan dari Paper Bag One via Instagram	87
Tabel 3.34	Tanggapan responden tentang tidak tertarik dengan iklan lain setelah melihat iklan dari Paper Bag One via Shopee.....	88
Tabel 3.35	Tanggapan responden tentang akan menjadi pelanggan tetap dari Paper Bag One via Instagram.....	88
Tabel 3.36	Tanggapan responden tentang akan menjadi pelanggan tetap dari Paper Bag One via Shopee	89
Tabel 3.37	Tanggapan responden dari Instagram tentang puas setelah menggunakan produk dari Paper Bag One.....	90
Tabel 3.38	Tanggapan responden dari Shopee tentang puas setelah menggunakan produk dari Paper Bag One.....	90
Tabel 3.39	Tanggapan responden dari Instagram tentang merekomendasikan produk Paper Bag One kepada teman-temannya	91
Tabel 3.40	TanggapanrespondendariShopeetentangmerekomendasikanproduk Paper Bag One kepadateman-temannya.....	92
Tabel 3.41	Tanggapan responden dari Instagram tentang menunjukkan berbagai kelebihan Paper Bag One agar orang lain tertarik juga..	92
Tabel 3.42	Tanggapan responden dari Shopee tentang menunjukkan berbagai kelebihan Paper Bag One agar orang lain tertarik juga.....	93

Tabel 3.43 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Instagram membuatnya lebih tahu mengenai produk Paper Bag One	94
Tabel 3.44 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Shopee membuatnya lebih tahu mengenai produk Paper Bag One	94
Tabel 3.45 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Instagram memudahkan pelanggan dalam memilih keputusan untuk melakukan pembelian	95
Tabel 3.46 Tanggapan responden tentang iklan Paper Bag One via Shopee memudahkan pelanggan dalam memilih keputusan untuk melakukan pembelian	96
Tabel 3.47 Tanggapan responden tentang menjadikan iklan Paper Bag One via Instagram sebagai referensi saat akan membeli	97
Tabel 3.48 Tanggapan responden tentang menjadikan iklan Paper Bag One via Shopee sebagai referensi saat akan membeli	97
Tabel 3.49 Tanggapan responden Instagram tentang lebih tertarik dengan iklan dari Paper Bag One dari pada iklan pesaing sejenisnya.....	98
Tabel 3.50 Tanggapan responden Shopee tentang lebih tertarik dengan iklan dari Paper Bag One dari pada iklan pesaing sejenisnya.....	99
tabel 3.51 Tanggapan responden tentang mudah mengingat iklan via Instagram dari Paper Bag One	99
Tabel 3.52 Tanggapan responden tentang mudah mengingat iklan via Shopee dari Paper Bag One	100

Tabel 3.53	Tanggapan responden Instagram tentang selalu teringat iklan Paper Bag One setiap saya melihat tas kertas atau <i>paper bag</i>	101
Tabel 3.54	Tanggapan responden Shopee tentang selalu teringat iklan Paper Bag One setiap saya melihat tas kertas atau <i>paper bag</i>	101
Tabel 3.55	Tanggapan responden tentang mudah memahami pesan yang disampaikan dalam iklan produk Paper Bag One via Instagram ..	102
Tabel 3.56	Tanggapan responden tentang mudah memahami pesan yang disampaikan dalam iklan produk Paper Bag One via Shopee.....	103
Tabel 3.57	Tanggapan responden Instagram tentang tidak bingung untuk mengikuti petunjuk pemesanan dalam iklan Paper Bag One	103
Tabel 3.58	Tanggapan responden Shopee tentang tidak bingung untuk mengikuti petunjuk pemesanan dalam iklan Paper Bag One.....	104
Tabel 3.59	Tanggapan responden tentang memiliki ikatan perasaan yang kuat terhadap iklan via Instagram dari Paper Bag One.....	105
Tabel 3.60	Tanggapan responden tentang memiliki ikatan perasaan yang kuat terhadap iklan via Shopee dari Paper Bag One	105
Tabel 3.61	Tanggapan responden Instagram tentang mengidentikkan tas kertas dari Paper Bag One sebagai solusi terbaik untuk packing barang	106
Tabel 3.62	Tanggapan responden Shopee tentang mengidentikkan tas kertas dari Paper Bag One sebagai solusi terbaik untuk packing barang	107
Tabel 3.63	Tingkat efektivitas berdasarkan dimensi <i>iempathy</i> pelanggan Paper Bag One via Instagram	109

Tabel 3.64 Tingkat efektivitas berdasarkan dimensi <i>iempathy</i> pelanggan Paper Bag One via Shopee	110
Tabel 3.65 Tingkat efektivitas berdasarkan dimensi <i>persuasion</i> pelanggan Paper Bag One via Instagram.....	111
Tabel 3.66 Tingkat efektivitas berdasarkan dimensi <i>persuasion</i> pelanggan Paper Bag One via Shopee	113
Tabel 3.67 Tingkat efektivitas berdasarkan dimensi <i>impact</i> pelanggan Paper Bag One via Instagram.....	114
Tabel 3.68 Tingkat efektivitas berdasarkan dimensi <i>impact</i> pelanggan Paper Bag One via Shopee	115
Tabel 3.69 Tingkat efektivitas berdasarkan dimensi <i>communication</i> pelanggan Paper Bag One via Instagram.....	116
Tabel 3.70 Tingkat efektivitas berdasarkan dimensi <i>communication</i> pelanggan Paper Bag One via Shopee	118
Tabel 3.71 Skor <i>EPIC</i> Kuesioner Instagram.....	119
Tabel 3.72 Skor <i>EPIC</i> Kuesioner Shopee	119
Tabel 3.73 Data Statistik Rata-rata Efektivitas Iklan Paper Bag One via Instagram dan Shopee	124
Tabel 3.74 Hasil Uji t <i>Independent Sample Test</i>	125

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Instagram Tahun 2018	3
Gambar 1.2 Iklan Paper Bag One di Instagram	6
Gambar 1.3 Iklan Paper Bag One di Shopee.....	7
Gambar 1.4 Akun Instagram Double F Artwork	17
Gambar 2.1 Struktur Organisasi Paper Bag One	59
Gambar 3.1 Grafik <i>EPIC Model</i> Pada Pelanggan via Instagram	121
Gambar 3.2 Grafik <i>EPIC Model</i> Pada Pelanggan via Shopee	123