

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Praktis .....	9
1.4.2. Manfaat Teoritis.....	9
1.5. Tinjauan Pustaka .....	10
1.5.1. Tinjauan Teoritis.....	10
1.5.1.1 Pemasaran. ....	10
1.5.1.2 Bauran Pemasaran.....	11
1.5.1.3 Komunikasi Pemasaran.....	12
1.5.1.4 Promosi.....	13

1.5.1.5 Bauran Promosi.....	14
1.5.1.6 Iklan .....	16
1.5.1.7 Efektivitas Iklan.....	23
1.5.1.1 <i>Customer Response Index</i> .....	24
1.6. Kerangka Pemikiran .....	34
1.7. Definisi Konsep .....	35
1.8. Definisi Oprasional.....	37
1.9. Metode Penelitian.....	38
1.9.1 Tipe Penelitian .....	39
1.9.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	40
1.9.3 Lokasi Penelitian.....	40
1.9.4 Sumber Data.....	40
1.9.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.9.6 Populasi dan Sample.....	41
1.9.6.1 Populasi.....	41
1.9.6.2 Sample.....	42
1.9.7 Teknik Sampling .....	43
1.9.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	44
1.9.8.1 Uji Validitas.....	44
1.9.8.2 Uji Reliabilitas .....	45
1.9.9 Teknik Analisis Data.....	46
1.9.9.1 Statistik Deskriptif .....	46
1.9.9.2 <i>Customer Response Index</i> .....	46

BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....	48
2.1. Sejarah Traveloka.....	48
2.2. Visi dan Misi .....	48
2.3. Model Bisnis .....	49
BAB III HASIL ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	50
3.1. Analisis Data .....	50
3.1.1. Karakteristik Responden .....	50
3.1.2. Status Responden .....	52
3.1.3. Uji Instrumen .....	52
3.1.3.1 Uji Validitas .....	52
3.1.3.2 Uji Reliabilitas .....	53
3.1.4. Efektivitas Iklan Menggunakan CRI.....	55
3.1.5 Pengukuran Hasil CRI .....	59
3.2. PEMBAHASAN .....	61
BAB IV.....	67
PENUTUP.....	67
4.1. KESIMPULAN.....	67
4.2. SARAN.....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	70

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Peringkat StartUp kategori OTA .....	3
Tabel 1.2 Biaya Promosi Traveloka di Tv .....	4
Tabel 1.3 Peringkat Biaya Promosi OTA di Tv .....	5
Tabel 1.4 Daftar Anggota Baru HAMASY.....	6
Tabel 1.5 Survei Awal Traveloka di HAMASY .....	8
Tabel 1.6 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 1.7 Kriteria Reliabilitas .....	46
Tabel 3.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 3.2 Karakteristik Konsumen Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 3.3 Hasil Riset <i>Top of mind</i> .....	55
Tabel 3.4 Hasil Riset <i>Brand recall</i> .....	55
Tabel 3.5 Hasil Riset <i>Brand recognition</i> .....	56
Tabel 3.6 Tabulasi Hasil <i>No comprehend</i> .....	57
Tabel 3.7 Tabulasi Hasil <i>No interested</i> .....	57
Tabel 3.8 Tabulasi Hasil <i>No intentions</i> .....	58
Tabel 3.9 Tabulasi Hasil <i>No action</i> .....	58
Tabel 3.10 Rentang Skala Efektivitas .....	61
Tabel 3.11 Hasil Pengukuran CRI yang di peroleh pada tiap variabel.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ilustrasi Model CRI .....	25
Gambar 1.2 Kerangka Pemikiran .....	35
Gambar 3.1 Uji Validitas SKALO Program .....	53
Gambar 3.2 Uji Reliabilitas.....	54
Gambar 3.3 Hasil CRI.....	59