

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO .....	iii
ABSTRAKSI .....	iv
LEMBAR PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	7
1.3    Tujuan Penelitian.....	7
1.4    Manfaat Penelitian.....	8
1.5    Tinjauan Pustaka .....	8
1.5.1    Tinjauan Empiris.....	8
1.5.2    Tinjauan Teoritis .....	16
1.6    Definisi Konsep.....	50
1.6.1    Definisi Konsep.....	50
1.6.2    Definisi Operasional.....	51
1.7    Metode Penelitian.....	52
1.7.1    Tipe Penelitian .....	52
1.7.2    Ruang Lingkup Penelitian.....	52
1.7.3    Lokasi Penelitian.....	52

1.7.4	Sumber Data.....	53
1.7.5	Teknik Pengumpulan Data.....	53
1.7.6	Populasi dan Sampel .....	54
1.7.7	Teknik Sampling .....	55
1.7.8	Skala Pengukuran.....	55
1.7.9	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	56
1.8	Teknik Analisis Data .....	57
<b>BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN .....</b>		<b>60</b>
2.1	Sejarah Perusahaan.....	60
2.2	Visi dan Misi Perusahaan .....	61
2.3	Profil Perusahaan.....	61
2.4	Struktur Organisasi.....	62
2.5	Bidang Usaha Perusahaan .....	63
<b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>69</b>
3.1	Karakteristik Responden .....	69
3.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	70
3.3	Analisis Data Hasil Penelitian.....	73
3.4	Pembahasan .....	88
<b>BAB IV PENUTUP .....</b>		<b>96</b>
4.1	Kesimpulan.....	96
4.2	Saran .....	98
	A. Bagi Distrobinambon .....	98
	B. Bagi Peneliti Selanjutnya .....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>100</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>102</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Instagram Distrobinambon.....	5
Gambar 1.2 Iklan Distrobinambon melalui Instagram <i>Sponsored</i> .....	5
Gambar 1.3 <i>Customer Response Index Model</i> .....	43
Gambar 1.4 Perubahan Model AIDMA menjadi AISAS.....	48
Gambar 1.5 Proses AISAS tidak linear.....	49
Gambar 2.1 Logo Distrobinambon .....	60
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	62
Gambar 2.3 Logo Instansi.....	65
Gambar 2.4 Hasil cetak baju Allianz .....	66
Gambar 2.5 Hasil cetak baju Gramedia .....	66
Gambar 2.6 Hasil cetak baju Bank BRI.....	67
Gambar 2.7 Hasil cetak Hoodie .....	67
Gambar 2.8 Hasil cetak PDH .....	68
Gambar 2.9 Hasil cetak Hoodie .....	68
Gambar 3.1 CRI AISAS.....	83
Gambar 3.2 CRI AISS .....	84
Gambar 3.3 CRI AIAS .....	85
Gambar 3.4 CRI AIS.....	86

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kajian Empiris .....	13
Tabel 2.1 Harga Produk Distrobinambon .....	63
Tabel 3.1 Jenis Kelamin.....	69
Tabel 3.2 Usia .....	69
Tabel 3.3 Karakteristik Responden .....	70
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	73
Tabel 3.6 Frekuensi responden tahap <i>Attention</i> .....	75
Tabel 3.7 Frekuensi responden tahap <i>Interest</i> .....	75
Tabel 3.7 Frekuensi responden tahap <i>Search</i> .....	76
Tabel 3.8 Frekuensi responden dari tahap <i>Interest</i> .....	76
Tabel 3.9 Frekuensi responden dari tahap <i>Search</i> .....	77
Tabel 3.10 Frekuensi pada tahap <i>Action</i> .....	77
Tabel 3.11 Frekuensi responden pada tahap <i>Share</i> .....	77
Tabel 3.12 Frekuensi responden pada tahap <i>Search</i> .....	79
Tabel 3.13 Frekuensi responden dari tahap <i>Interest</i> .....	79
Tabel 3.14 Frekuensi responden dari tahap <i>Search</i> .....	80
Tabel 3.15 Frekuensi responden dari tahap <i>Interest-Action</i> .....	80
Tabel 3.16 Frekuensi responden dari tahap <i>Search-Action</i> .....	80
Tabel 3.17 Persentase tahapan responden berdasarkan pola konsep AISAS.....	81
Tabel 3.19 Rekapitulasi CRI AISAS .....	87