

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	iii
ABSTRAKSI .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.5 Landasan Teori .....	7
1.5.1 Pemasaran .....	7
1.5.2 Bauran pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	9
1.5.3 Bauran Promosi ( <i>Promotion Mix</i> ).....	11
1.5.4 Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	17
1.5.5 Iklan di Internet .....	20
1.5.6 AIDA .....	23
1.5.7 Efektivitas Iklan .....	27
1.6 Kerangka Pemikiran .....	30
1.7 Penelitian Terdahulu .....	32
1.8 Definisi Konsep dan Definisi Operasional .....	33
1.8.1. Definisi Konsep .....	33
1.8.2. Definisi Operasional .....	34

1.9	Metode Penelitian .....	35
1.9.1	Tipe Penelitian .....	35
1.9.2	Ruang Lingkup Penelitian .....	36
1.9.3	Lokasi Penelitian .....	36
1.9.4	Populasi dan Sampel .....	36
1.9.5	Teknik <i>Sampling</i> .....	37
1.9.6	Sumber Data .....	38
1.9.7	Teknik Pengumpulan Data .....	39
1.9.8	Teknik Pengukuran Data .....	39
1.9.9	Uji Insutrumen .....	40
1.9.10	Teknik Analisis Data .....	41
BAB II	GAMBARAN UMUM .....	45
2.1	Profil Zalora Indonesia .....	45
2.2	Sejarah Periklanan ( <i>Advertising</i> ) .....	47
2.3	Perkembangan Iklan .....	47
2.4	Periklanan di Website .....	53
2.5	Menentukan Harga Iklan di Website .....	54
BAB III	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....	57
3.1	Analisis Data .....	57
3.1.1	Uji Instrumen .....	57
3.1.2	Karakteristik Responden .....	60
3.1.3	Analisis Tabulasi Sederhana .....	62
3.1.4	Analisis Skor Rata-Rata .....	69
3.2	Pembahasan .....	75
BAB IV	PENUTUP .....	80
4.1	Kesimpulan .....	80
4.2	Saran .....	81
	DAFTAR PUSTAKA .....	83
	LAMPIRAN .....	