

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka	7
1. Manajemen Pemasaran	7
2. Bauran Pemasaran	8
3. Promosi.....	13
4. Bauran Promosi	15
5. Komunikasi Pemasaran	17
6. Iklan	18
7. Media Periklanan	21
8. Media Televisi	24
9. Iklan Televisi	25
10. Efektivitas Iklan.....	29
11. Konsep AIDA	31
12. CRI (<i>Consumer Response Index</i>)	33
F. Penelitian Terdahulu.....	34
G. Kerangka Pemikiran	37
H. Definisi Konsep dan Definisi Operasional	38
I. Metode Penelitian.....	42
1. Tipe Penelitian	42
2. Ruang Lingkup Penelitian	42
3. Alasan Pemilihan Lokasi Penelitian	42
4. Teknik Pengumpulan Data	43
5. Populasi dan Sampel.....	43
6. Teknik Sampling.....	44
7. Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	44

8. Teknik Analisis Data	46
BAB II GAMBARAN UMUM	51
A. Sejarah Tokopedia	51
B. VISI & MISI.....	52
C. Logo Tokopedia	52
D. Jenis Produk	54
E. Sistem Pembayaran	56
F. Brand Ambassador	56
G. Iklan Tokopedia.....	56
BAB III ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Uji Instrumen.....	58
B. Karakteristik Responden	59
C. Analisis Efektivitas Iklan Dilihat Dari Konsep AIDA	62
D. Analisis Efektivitas Iklan Dilihat Dari Konsep CRI	64
E. Analisis Data Tiap Variabel AIDA	65
F. Analisis Skor Rata-Rata AIDA	84
H. Analisis CRI (<i>Costumer Response Index</i>).....	86
I. Pembahasan	87
BAB IV PENUTUP	94
A. Kesimpulan.....	94
B. Saran.....	96
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Media Iklan	23
Tabel 2 Model AIDA	31
Tabel 3 Kategori Produk	54
Tabel 4 Hasil Uji Validitas Instrumen	58
Tabel 5 Hasil Uji Reabilitas Instrumen.....	59
Tabel 6 Jenis Kelamin Responden.....	60
Tabel 7 Usia Responden	61
Tabel 8 Hasil Analisis Variabel Attention 1	65
Tabel 9 Hasil Analisis Variabel Attention 2	66
Tabel 10 Hasil Analisis Variabel Attention 3	67
Tabel 11 Hasil Analisis Variabel Interest 1	70
Tabel 12 Hasil Analisis Variabel Interest 2	71
Tabel 13 Hasil Analisis Variabel Interest 3	72
Tabel 14 Hasil Analisis Variabel Desire 1.....	75
Tabel 15 Hasil Analisis Variabel Desire 2.....	76
Tabel 16 Hasil Analisis Variabel Desire 3.....	77
Tabel 17 Hasil Analisis Variabel Action 1	79
Tabel 18 Hasil Analisis Variabel Action 2	80
Tabel 19 Hasil Analisis Variabel Action 3	82
Tabel 20 Hasil Skor Rata-rata AIDA	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Belanja Iklan Dalam Negeri	2
Gambar 2 Pertumbuhan <i>E-commerce</i>	3
Gambar 3 <i>E-commerce Brand</i>	5
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 5 Logo Tokopedia	53
Gambar 6 Kategori Belanja <i>Online</i> Tokopedia.....	55
Gambar 7 <i>Brand Ambassador</i> Tokopedia	56
Gambar 8 CRI (<i>Costumer Response Index</i>)	86