

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
RIWAYAT HIDUP	x
PRAKATA	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	8
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek Penelitian	8
1.3.2 Ruang Lingkup Objek Penelitian.....	8
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian	9
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian.....	9
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Penelitian	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Bagi Penulis	9
1.5.2 Bagi Vendor Aplikasi Belanja Online Shopee	9
1.5.3 Bagi Institusi IIB Darmajaya	9
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 <i>E-Commerce</i>	11
2.1.1 Komponen <i>E-Commerce</i>	11
2.1.2 Jenis <i>E-Commerce</i>	11
2.2 Pengertian <i>Brand</i>	12
2.3 Ekuitas Merek	12
2.3.1 Dimensi Ekuitas Merek	13
2.4 <i>Brand Awareness</i>	13
2.4.1 Tingkatan <i>Brand awareness</i>	14
2.5 Pengertian Periklanan.....	14
2.5.1 Fungsi Periklanan	15

2.5.2 Tujuan Periklanan	15
2.6 Pengertian Daya Tarik Iklan	17
2.6.1 Unsur-Unsur Yang Ada Dalam Daya Tarik Iklan	19
2.7 Penelitian Terdahulu	20
2.8 Kerangka Pemikiran	23
2.9 Hipotesis	24
2.9.1 Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap <i>Brand awareness</i> Pada Shopee	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Jenis Penelitian	25
3.2 Sumber Data	25
3.3 Metode Pengumpulan Data	25
3.4 Populasi dan Sampel	26
3.4.1 Populasi.....	26
3.4.2 Sampel	26
3.5 Variabel Penelitian	27
3.5.1 Variabel Independen (X)	27
3.5.2 Variabel Dependen (Y).....	27
3.6 Definisi Operasional.....	28
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	29
3.7.1 Uji Validitas	29
3.7.2 Uji Reliabilitas	30
3.8 Uji Persyaratan Analisis Data	31
3.8.1 Uji Normalitas.....	31
3.8.2 Uji Linieritas	31
3.8.3 Uji Homogenitas	32
3.9 Metode Analisis Data	32
3.10 Pengujian Hipotesis.....	33
3.10.1 Uji t.....	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskripsi Data	35
4.1.1 Deskripsi karakteristik Responden	35
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	38
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen	40
4.2.1 Hasil Uji Validitas	40
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	42
4.3 Uji Persyaratan Analisis Data	43
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	43
4.3.2 Hasil Uji Linieritas.....	44
4.3.3 Hasil Uji Homogenitas.....	45
4.4 Hasil Regresi Linier Sederhana.....	45
4.5 Pengujian Hipotesis.....	47
4.5.1 Hasil Uji T	47
4.6 Pembahasan	48

4.6.1 Daya Tarik Iklan (X) Terhadap <i>Brand awareness</i> (Y).....	48
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1. Belanja Iklan Televisi <i>E-commerce</i> Indonesia.....	5
1.2. Iklan televisi Shopee 2019	6
1.3. Top <i>Brand</i> 2018 dan 2019 Situs Jual Beli Online	7
2.1. Penelitian Terdahulu	20
3.1. Interpretasi Nilai R Alpha Indeks Korelasi	31
4 1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	35
4.2. Responden Berdasarkan Usia.....	36
4.3. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	36
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pekerjaan	37
4.5. Responden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	37
4.6. Karakteristik responden berdasarkan pertanyaan 1 dan 2.....	38
4.7. Hasil Jawaban Responden Variabel Daya Tarik Iklan (X)	38
4.8. Hasil Jawaban Responden Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y)	40
4.9. Hasil Uji Validitas Kuesioner Daya Tarik Iklan (X)	41
4.10. Hasil Uji Validitas Kuesioner <i>Brand awareness</i> (Y).....	42
4.11. Daftar Interpretasi Koefisien	42
4.12. Hasil Uji Reliabilitas	43
4.13. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	44
4.14. Hasil Uji Linieritas	44
4.15. Hasil Uji Homogenitas	45
4.16. Hasil Perhitungan Coefficients ^a	46
4.17. Hasil Uji Model Summary	47
4.18. Hasil Perhitungan Coefficients ^a Uji T.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1. Laporan pengunjung <i>E-commerce</i> Indonesia.....	2
2.1. Kerangka Pemikiran	23

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan Email Shopee
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Karakteristik Responden
- Lampiran 5 Jawaban Responden
- Lampiran 6 Hasil Jawaban Responden variabel daya tarik iklan
- Lampiran 7 Hasil Jawaban Responden Variabel *Brand Awareness*
- Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Daya Tarik Iklan dan *brand awareness*
- Lampiran 9 Uji Reabilitas
- Lampiran 10 Hasil Uji Normalitas, Linearitas, Homogenitas
- Lampiran 11 Hasil Uji Persamaan Regresi Sederhana Dan Uji T