

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
MOTTO	viii
ABSTRAK.....	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.4 Tujuan penelitian.....	7

1.5 Manfaat Penelitian	7
1.6 Sistematika Penulisan	8

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran.....	9
2.2 Social Media.....	11
2.3 iklan	13
2.4 AISAS	15
2.5 Penelitian Terdahulu.....	16
2.6 Kerangka pemikir	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Sumber Data	19
3.3 Metode Pengumpulan Data	20
3.4 Populasi dan Sampel.....	21
3.4.1 Populasi	21
3.4.2 Sampel	21
3.5 Variabel Penelitian	21
3.6 Definisi Operasional Variabel	23
3.7 Uji Persyaratan Instrumen	24
3.7.1 Uji Validitas.....	24
3.7.2 Uji Reliabilitas.....	25
3.8 Metode Analisis Data	26

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data	29
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden.....	29

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	37
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	37
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	38
4.3 Hasil Analisis Data.....	39
4.4 Pembahasan.....	47

BAB VSIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	51

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.2 Tabel Penelitian Terdahulu	16
3.1 Skala Pengukuran Instrumen Kuesioner	20
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.7 Interpretasi Nilai r	26
3. Tingkat Jawaban Rata-Rata.....	27
4.1 hasil jawaban Responden	34
4.2 Tabel Hasil Uji Validitas <i>Kuesioner</i>	37
4.3 Tabel Hasil Uji Reliabilitas	38
4.4 Total Nilai Masing-Masing Dimensi	40
4.5 Total Pengukuran Efektivitas	45
4.6 Nilai Keseluruhan Dimensi AISAS	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Gambar Jumlah Pengunjung	3
1.2 Gambar Logo RedDoorz	3
1.3 Gambar Hasil Prasurvei	5
2.1 Gambar AISAS MODEL	16
4.1 Gambar Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.2 Gambar Responden Berdasarkan Usia	31
4.3 Gambar Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
4.4 Gambar Responden Berdasarkan Penghasilan	33
4.6 Gambar Skala Penilaian Dimensi <i>Impact</i>	40
4.7 Gambar Skala Penilaian Dimensi <i>Communication</i>	41
4.8 Gambar Grafik Pengukuran Efektivitas Iklan	42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Pra Survey
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Hasil Jawaban kuesioner Responden
Lampiran 4	Karakteristik Responden
Lampiran 5	Uji Validitas
Lampiran 6	Total Nilai Harapan Dimensi