

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persentase Pangsa Pasar 5 Besar Vendor Smartphone Terkemuka di Indonesia.....	9
Tabel 2.1 8 Platform Bauran Komunikasi Pemasaran.....	29
Tabel 2.2 Resume Literatur Jurnal Internasional.....	44
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel.....	61
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	63
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel AISAS.....	69
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel AISAS.....	70
Tabel 3.5 Kategori Persentase.....	71
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	73
Tabel 4.2 Usia Responden.....	74
Tabel 4.3 Tempat Tinggal (Provinsi).....	75
Tabel 4.4 Pekerjaan.....	76
Tabel 4.5 Penghasilan Per Bulan.....	77
Tabel 4.6 Varian Asus Zenfone yang Dipakai Saat ini.....	77
Tabel 4.7 Waktu yang Dhabiskan Responden untuk melewati proses AISAS (<i>Attention, Interest, Search, Action, Share</i>).....	78
Tabel 4.8 [Item_1] Responden Melihat Produk Asus Zenfone melalui <i>Online Ads</i>.....	79
Tabel 4.9 [Item_2] Responden Tahu tentang Produk Asus Zenfone....	80
Tabel 4.10 [Item_3] Responden Menyadari bahwa Asus juga Memproduksi <i>Smartphone</i>.....	80
Tabel 4.11 [Item_4] Iklan Asus Zenfone Membantu Saya dalam Mengingatkan Varian Unggulan pada Lini Produk Tersebut	81
Tabel 4.12 Analisis Persepsi <i>Attention</i>.....	82

Tabel 4.13 [Item_5] Responden Tertarik untuk Menggunakan Asus Zenfone karena Pengalaman Pengguna (<i>User Experience</i>).....	83
Tabel 4.14 [Item_6] Responden Tertarik untuk Menggunakan Asus Zenfone karena Desain.....	84
Tabel 4.15 [Item_7] Responden Tertarik untuk Menggunakan Asus Zenfone karena Fitur.....	84
Tabel 4.16 [Item_8] Responden Tertarik untuk Menggunakan Asus Zenfone karena Tren Teknologi Masa Kini.....	85
Tabel 4.17 Analisis Persepsi <i>Interest</i>	86
Tabel 4.18 [Item_9] Penelusuran Informasi Asus Zenfone di Situs Internet Lebih Mudah.....	87
Tabel 4.19 [Item_10] Responden Memulai Penelusuran Produk Asus Zenfone dengan Menggunakan Mesin Pencari (<i>Search Engine</i>) agar tahu Situs Mana yang Informasinya Lengkap.....	88
Tabel 4.20 [Item_11] Responden Terlebih Dahulu Mempelajari Fitur yang ada di dalam Asus Zenfone agar Mudah Digunakan saat Produknya Sudah Dibeli.....	88
Tabel 4.21 Analisis Persepsi <i>Search</i>	89
Tabel 4.22 [Item_12] Responden Memutuskan untuk Membeli Asus Zenfone berdasarkan Informasi yang telah Didapat.....	91
Tabel 4.23 [Item_13] Responden Mempertimbangkan Lokasi Gerai Ponsel untuk Membeli Asus Zenfone.....	91
Tabel 4.24 Analisis Persepsi <i>Action</i>	92
Tabel 4.25 [Item_14] Responden ingin Memberikan Cerita Pengalaman Menggunakan Asus Zenfone ke Teman/Rekan.....	93
Tabel 4.26 [Item_15] Responden ingin Memberikan Cerita Pengalaman melalui Percakapan Langsung.....	94
Tabel 4.27 [Item_16] Responden Memberikan Cerita Pengalaman Menggunakan Asus Zenfone melalui Situs Jejaring Sosial.....	94

Tabel 4.28 Analisis Persepsi <i>Share</i>.....	95
Tabel 4.29 Nilai Keseluruhan AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share) pada Pengguna Asus Zenfone di Indonesia.....	98