

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN

LEMBAR PENGESAHAN

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Online Display Advertising.....	1
1.2 Latar Belakang.....	2
1.3 Rumusan Masalah.....	12
1.4 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	13
1.8 Tahap Penelitian.....	13
1.9 Sistematika Penulisan.....	14

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pemasaran.....	15
2.2 Pemasaran Elektronik (<i>E – Marketing</i>).....	16
2.3 Perdagangan Elektronik (<i>E – Commerce</i>).....	17
2.4 Bauran Pemasaran.....	18
2.4.1 Unsur-Unsur Bauran Pemasaran.....	19
2.5 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.5.1 Tahapan Komunikasi.....	22
2.5.2 Unsur-Unsur Komunikasi Pemasaran.....	23
2.5.3 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	26
2.6 Komunikasi Pemasaran Online.....	27
2.6.1 Jenis-Jenis Komunikasi Pemasaran Online.....	28
2.7 Media Online Berbayar (<i>Paid Media</i>)	30
2.7.1 Format Media Online Berbayar.....	31
2.8 Online Display Advertising.....	32
2.9 Penelitian Terdahulu.....	34
Literatur 1.....	34
Literatur 2.....	34
Literatur 3.....	35
Literatur 4.....	35
Literatur 5.....	36
Literatur 6.....	36

Literatur 7.....	36
Literatur 8.....	37
Literatur 9.....	38
2.10 Kerangka Penelitian.....	38
2.11 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian.....	41
3.2 Tahapan Penelitian.....	41
3.3 Oprasional Variabel.....	42
3.4 Populasi dan Sampel.....	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Sampel.....	47
3.5 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	50
3.6.1 Uji Validitas.....	50
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	57
3.7 Analisa Data.....	58
3.7.1 Teknik Pengolahan Data.....	58
3.7.2 Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Karakteristik Responden Penelitian.....	63
4.1.1 Jumlah Responden Valid.....	63
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	64
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	65
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Perangkat Akses Internet.....	66
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Waktu Akses Internet.....	67
4.1.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Prefensi Urutan Situs Favorit.....	67
4.2 Hasil Deskriptif Analisis untuk Atribut Pengukuran.....	68
Uji Deskriptif 1.....	70
Uji Deskriptif 2.....	70
Uji Deskriptif 3.....	71
Uji Deskriptif 4.....	72
Uji Deskriptif 5.....	72
Uji Deskriptif 6.....	73
Uji Deskriptif 7.....	73
Uji Deskriptif 8.....	74

Uji Deskriptif 9.....	75
Uji Deskriptif 10.....	75
Uji Deskriptif 11.....	76
Uji Deskriptif 12.....	76
Uji Deskriptif 13.....	77
Uji Deskriptif 14.....	78
Uji Deskriptif 15.....	79
Uji Deskriptif 16.....	79
Uji Deskriptif 17.....	80
Uji Deskriptif 18.....	82
Uji Deskriptif 19.....	83
Uji Deskriptif 20.....	84
Uji Deskriptif 21.....	85
Uji Deskriptif 22.....	85
Uji Deskriptif 23.....	86
Uji Deskriptif 24.....	87
Uji Deskriptif 25.....	87
Uji Deskriptif 26.....	88
Uji Deskriptif 27.....	89
4.3 Hasil Analisis Faktor Eksploratori.....	89
4.3.1 Analisis Korelasi Atribut.....	90
4.3.2 Penentuan Jumlah Faktor.....	92
4.3.3 Intepretasi Faktor Terbentuk.....	93
4.4 Pembahasan dan Analisis.....	99
4.4.1 Faktor Keseuaian Produk.....	99
4.4.2 Faktor Promosi.....	100
4.4.3 Faktor Konten Kreatif.....	101
4.4.4 Faktor Media Placement.....	102
4.4.5 Faktor Corporate Image.....	103
4.4.6 Faktor Impresi Publik.....	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	106
5.2 Saran.....	107
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	