

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIS.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Traveloka.....	1
1.1.2 Visi dan Misi Traveloka	2
1.1.3 Logo Traveloka	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	11
1.4 Pertanyaan Penelitian	11
1.5 Tujuan Penelitian.....	12
1.6 Manfaat Penelitian.....	12
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	13
1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian	13
1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian	13
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN	15
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	15

2.1.1	Manajemen Pemasaran (<i>Marketing Management</i>)	15
2.1.2	Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	15
2.1.3	Promosi (<i>Promotion</i>).....	17
2.1.4	Bauran Promosi (<i>Promotion Mix</i>)	17
2.1.5	Iklan (<i>Advertising</i>).....	19
2.1.6	Indikator Iklan di Televisi	19
2.1.7	Minat Pembelian (<i>Purchase Intention</i>)	20
2.2	Penelitian Terdahulu	22
2.3	Kerangka Pemikiran	25
2.4	Hipotesis Penelitian.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		27
3.1	Karakteristik Penelitian	27
3.2	Alat Pengumpulan Data	28
3.2.1	Operasional Variabel.....	28
3.2.2	Skala Pengukuran	31
3.2.3	Skala Instrumen.....	31
3.3	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	32
3.4	Populasi dan Sampel	33
3.4.1	Populasi	33
3.4.2	Sampel.....	34
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	36
3.5.1	Sumber Data	36
3.5.2	Teknik Pengumpulan Data	36
3.6	Validitas dan Reliabilitas	37
3.6.1	Uji Validitas	37
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	40

3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	42
3.7.1	Teknik Analisis Data	42
3.7.2	Analisis Deskriptif.....	42
3.7.3	Method Of Successive Interval (MSI)	44
3.7.4	Uji Asumsi Klasik	45
3.7.5	Analisis Regresi Sederhana	46
3.7.6	Koefisien Determinasi	47
3.7.7	Pengujian Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		49
4.1	Karakteristik Responden	49
4.1.1	Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
4.1.2	Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.3	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.4	Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan	51
4.2	Hasil Penelitian	51
4.2.1	Pesan (<i>Message</i>).....	52
4.2.2	Keterlibatan (<i>Involvement</i>).....	54
4.2.3	Selebriti (<i>Celebrity</i>).....	55
4.2.4	Iklan di Televisi.....	57
4.2.5	Minat Beli.....	58
4.3	Method Of Successive Interval (MSI)	59
4.4	Uji Asumsi Klasik	59
4.4.1	Hasil Uji Normalitas.....	59
4.4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas	60
4.5	Hasil Regresi Sederhana.....	61
4.6	Hasil Koefisien Determinasi	62

4.7	Hasil Uji Hipotesis	62
4.8	Hasil Pembahasan	63
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	67
5.2.1	Saran Untuk Perusahaan.....	67
5.2.2	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	68
DAFTAR PUSTAKA		69
LAMPIRAN-LAMPIRAN		73
LAMPIRAN I		74
LAMPIRAN 2		78
LAMPIRAN 3.....		79
LAMPIRAN 4.....		80
LAMPIRAN 5.....		81
LAMPIRAN 6.....		82
LAMPIRAN 7		83
LAMPIRAN 8.....		84
LAMPIRAN 9.....		88
LAMPIRAN 10.....		96