

DAFTAR ISI

| | |
|--|-----------|
| HALAMAN SAMPUL..... | i |
| HALAMAN JUDUL..... | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN..... | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS..... | iv |
| KATA PENGANTAR..... | v |
| ABSTRAK..... | vii |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR GAMBAR..... | xii |
| DAFTAR TABEL..... | xii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 1 |
| 1.1.1 Profil Perusahaan..... | 1 |
| 1.1.2 Facebook Ads..... | 1 |
| 1.1.3 Struktur Organisasi..... | 4 |
| 1.2 Latar Belakang Penelitian..... | 4 |
| 1.3 Rumusan Masalah..... | 7 |
| 1.4 Pernyataan Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Tujuan Penelitian..... | 8 |
| 1.6 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.7 Ruang Lingkup Penelitian..... | 9 |
| 1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian..... | 9 |
| 1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian..... | 9 |
| 1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir..... | 9 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN..... | 11 |
| 2.1 Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| 2.1.1 Etika Bisnis..... | 11 |
| 2.1.2 Etika Pariwisata..... | 13 |
| 2.1.3 Pemasaran..... | 15 |
| 2.1.4 Iklan..... | 15 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.5 Pemasaran Digital..... | 16 |
| 2.1.6 Iklan Online..... | 16 |
| 2.1.7 Sosial Media..... | 17 |
| 2.1.7.1 Jejaring Sosial..... | 17 |
| 2.1.7.2 Facebook Ads..... | 18 |
| 2.1.8 Persepsi Pengguna..... | 19 |
| 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| 2.3 Hipotesis Penelitian..... | 26 |
| BAB III METODE PENELITIAN..... | 24 |
| 3.1 Karakteristik Penelitian..... | 27 |
| 3.2 Alat Pengumpulan Data..... | 27 |
| 3.3 Tahapan Pelaksanaan Penelitian..... | 36 |
| 3.4 Populasi dan Sampel..... | 38 |
| 3.4.1 Populasi..... | 38 |
| 3.4.2 Sampel..... | 38 |
| 3.5 Pengumpulan Data dan Sumber Data..... | 39 |
| 3.5.1 Pengumpulan Data..... | 39 |
| 3.5.2 Sumber Data..... | 40 |
| 3.5.2.1 Data Primer..... | 40 |
| 3.5.2.2 Data Sekunder..... | 40 |
| 3.6 Uji Validitas dan Reabilitas..... | 40 |
| 3.6.1 Uji Validitas..... | 40 |
| 3.6.2 Uji Reabilitas..... | 42 |
| 3.7 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis..... | 43 |
| 3.7.1 Analisis Deskriptif..... | 43 |
| 3.7.2 Analisis Tabulasi Silang..... | 45 |
| 3.7.3 Analisis Korelasi..... | 46 |
| 3.7.3.1 Korelasi Spearman..... | 46 |
| 3.7.3.2 Koefisien Determinasi..... | 47 |

| | |
|---|-----------|
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 49 |
| 4.1 Karakteristik Responden..... | 49 |
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Kategori..... | 49 |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Anggaran Facebook Ads dan Bidang Bisnis..... | 54 |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Facebook Ads dan Bidang Bisnis..... | 55 |
| 4.2 Hasil Penelitian..... | 56 |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Etika Bisnis..... | 56 |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Persepsi Pengguna..... | 62 |
| 4.2.3 Analisis Tabulasi Silang..... | 64 |
| 4.2.4 Analisis Korelasi..... | 66 |
| 4.2.4.1 Analisis Spearman Rank..... | 66 |
| 4.2.4.2 Koefisien Determinasi..... | 67 |
| 4.3 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 68 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | 77 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 77 |
| 5.2 Saran..... | 77 |
| 5.2.1 Aspek Teoritis..... | 77 |
| 5.2.2 Aspek Praktisi..... | 78 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 80 |
| LAMPIRAN..... | 90 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| GAMBAR 1.1 Logo Facebook | 1 |
| GAMBAR 1.2 Perilaku Pengguna Internet Indonesia | 5 |
| GAMBAR 1.3 Contoh Iklan Facebook Ads..... | 6 |
| GAMBAR 2.1 Proses Persepsi..... | 19 |
| GAMBAR 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 25 |
| GAMBAR 3.1 Tahapan Penelitian..... | 37 |
| GAMBAR 3.2 Garis Kontinuum..... | 45 |
| GAMBAR 4.1 Presentasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 49 |
| GAMBAR 4.2 Presentasi Responden Berdasarkan Umur..... | 50 |
| GAMBAR 4.3 Presentasi Responden Berdasarkan Bidang Bisnis..... | 51 |
| GAMBAR 4.4 Presentasi Responden Berdasarkan Lama Penggunaan Facebook Ads..... | 52 |
| GAMBAR 4.5 Presentasi Responden Berdasarkan Anggaran Facebook Ads dalam 1 Bulan..... | 53 |
| GAMBAR 4.6 Perbandingan Anggaran Facebook Ads dalam 1 Bulan dan Bidang Bisnis..... | 54 |
| GAMBAR 4.7 Perbandingan Lama Penggunaan Facebook Ads dan Bidang Bisnis..... | 55 |
| GAMBAR 4.8 Garis Kontinuum Variabel Etika Bisnis..... | 62 |
| GAMBAR 4.9 Garis Kontinuum Variabel Persepsi Pengguna..... | 63 |
| GAMBAR 4.10 Hasil Uji Chi Square..... | 65 |
| GAMBAR 4.11 Hasil Korelasi Rank Spearman..... | 66 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| TABEL 2.1 Penelitian Terdahulu | 21 |
| TABEL 3.1 Karakteristik Penelitian..... | 27 |
| TABEL 3.2 Pemberian Skoring..... | 28 |
| TABEL 3.3 Operasional Variabel..... | 28 |
| TABEL 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Etika Bisnis..... | 41 |
| TABEL 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Persepsi Pengguna..... | 42 |
| TABEL 3.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Etika Bisnis dan Persepsi Pengguna..... | 43 |
| TABEL 3.7 Persentase Kriteria Interpretasi Skor..... | 44 |
| TABEL 3.8 Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 48 |
| TABEL 4.1 Tanggapan Responden Mengenai Prinsip Otonomi..... | 56 |
| TABEL 4.2 Tanggapan Responden Mengenai Prinsip Kejujuran | 57 |
| TABEL 4.3 Tanggapan Responden Mengenai Prinsip Keadilan | 58 |
| TABEL 4.4 Tanggapan Responden Mengenai Prinsip Saling Menguntungkan | 57 |
| TABEL 4.5 Tanggapan Responden Mengenai Prinsip Integritas Moral..... | 60 |
| TABEL 4.6 Tanggapan Responden Mengenai Persepsi Pengguna..... | 60 |
| TABEL 4.7 Hasil Tabulasi Silang..... | 64 |
| TABEL 4.8 Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 67 |
| TABEL 4.9 Rekapitulasi Hasil Skor Variabel Etika Bisnis..... | 74 |