

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR SINGKATAN.....	xii
DAFTAR ISTILAH	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
Bab I Pendahuluan.....	1
I.1 Latar Belakang	1
I.2 Rumusan Masalah	6
I.3 Tujuan Penelitian	6
I.4 Batasan Penelitian	7
I.5 Manfaat Penelitian	7
I.6 Sistematika Penulisan	7
Bab II Landasan Teori	9
II.1 Tinjauan Pustaka	9
II.1.1 Pemasaran	9
II.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	10
II.1.3 Manajemen Pemasaran	11
II.1.4 Pemasaran Internet (<i>E-Marketing</i>).....	12
II.1.5 Komunikasi Pemasaran.....	13
II.1.6 Promosi	14
II.1.7 <i>Social Media</i>	15

II.1.8	Pemasaran Media Sosial (<i>Social Media Marketing</i>).....	16
II.1.9	Efektivitas	16
II.1.10	Efektivitas Iklan	17
II.1.11	<i>Customer Response Index</i> (CRI).....	17
II.2	Penelitian Terdahulu	19
Bab III	Metodologi Penelitian	22
III.1	Model Konseptual	22
III.2	Sistematika Pemecahan Masalah	23
III.3	Skala Pengukuran.....	25
III.4	Tahapan Penelitian.....	27
III.5	Populasi dan Sampel	28
III.5.1	Populasi.....	28
III.5.2	Sampel.....	28
III.6	Pengumpulan Data dan Sumber Data	30
III.7	Validitas	33
III.8	Penyebaran Kuisisioner	34
III.9	Reliabilitas	34
III.10	Pengumpulan Data Kuisisioner	35
III.11	Pengolahan Data Kuisisioner Menggunakan <i>Customer Response Index</i> (CRI)	36
III.12	Tahap Analisis Data	38
III.13	Tahap Kesimpulan	38
Bab IV	Pengumpulan dan Pengolahan Data	39
IV.1	Identifikasi Dimensi <i>Customer Response Index</i> (CRI).....	39
IV.2	Perancangan Kuisisioner	39
IV.3	Pengumpulan dan Pengolahan Data Kuisisioner	39
IV.3.1	Penyebaran dan Pengumpulan Data Kuisisioner	39
IV.3.2	Pengolahan Data Kuisisioner.....	40
IV.4	Rekapitulasi Data Responden	41
IV.4.1	Berdasarkan Usia	43
IV.4.2	Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
IV.4.3	Berdasarkan Pekerjaan.....	45

IV.4.4	Berdasarkan Pendapatan Perbulan	45
IV.4.5	Berdasarkan Status Pernikahan	46
IV.4.6	Berdasarkan Pendidikan Terakhir	47
IV.4.7	Berdasarkan <i>Social Media</i> yang Sering digunakan.....	48
IV.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	49
IV.5.1	Uji Validitas	49
IV.5.2	Uji Reliabilitas	50
IV.6	Pengolahan Data <i>Customer Response Index</i> (CRI).....	50
Bab V	Analisis Penelitian	53
V.1	<i>Customer Response Index</i> (CRI).....	53
V.1.1	<i>Awareness</i>	53
V.1.2	<i>Comprehend</i>	54
V.1.3	<i>Interest</i>	55
V.1.4	<i>Intention</i>	56
V.1.5	<i>Action</i>	57
V.2	Analisis Efektivitas Iklan Produk Guten.Inc Pada Instagram.....	57
Bab VI	Kesimpulan dan Saran	62
VI.1	Kesimpulan	62
VI.2	Saran	63
DAFTAR PUSTAKA.....		64