

DAFTAR ISI

Table of Contents

LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
.....	iii
Penulis.....	iii
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Greenlight.....	1
• Visi dan Misi Perusahaan.....	2
1.1.3 Logo Perusahaan.....	3
GAMBAR 1.1	3
1.1.4 Produk Greenlight.....	3
TABEL 1.1.....	3
1.2 Latar Belakang Masalah.....	7
GAMBAR 1.2.....	8
GAMBAR 1.3.....	8
GAMBAR 1.4.....	9
GAMBAR 1.5.....	10
GAMBAR 1.6.....	11
1.3 Rumusan Masalah	13
1.4 Tujuan Penelitian.....	13

1.5	Manfaat Penelitian.....	13
1.6	Batasan Masalah.....	14
1.7	Data Sistematika Penulisan Laporan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....		15
2.1	Landasan Teori	15
2.1.1	Manajemen Pemasaran	15
2.1.2	Pemasaran.....	15
2.1.3	Bauran Pemasaran.....	16
2.1.4	Promosi	17
2.1.5	Iklan	18
2.1.6	Periklanan.....	18
2.1.7	Media Sosial.....	20
2.1.8	Instagram.....	22
2.1.9	Efektivitas Iklan	23
2.1.10	EPIC Model	23
2.2	Penelitian Terdahulu	27
TABEL 2.1.....		28
BAB III		37
METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Pendekatan Penelitian	37
3.2	Jenis Penelitian.....	37
3.3	Operasionalisasi Variabel	38
•	Variabel Operasional	38
3.3.2	Sumber Operasionalisasi Variabel	38
TABEL 3.1.....		39
3.4	Skala Pengukuran	48
TABEL 3.2.....		48
3.5	Tahapan Penelitian	49
3.6	Populasi dan Sampel 3.6.1 Populasi	50
3.6.2	Sampel.....	50
3.6.3	Teknik Sampling	52

3.7	Pengumpulan Data.....	52
3.7.1	Sumber Data.....	52
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data	53
3.8	Uji Keabsahan Data.....	54
3.8.1	Uji Validitas.....	54
3.8.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.9	Teknik Analisis Data.....	57
3.9.1	Analisis Deskriptif.....	57
3.9.2	EPIC Model	57
1.	Analisis Tabulasi Sederhana	57
2.	Skor Rata-rata EPIC	58
TABEL 3.3.....		60
GAMBAR 3.1.....		60
3.9.3	Analisis Data Deskriptif.....	60
TABEL 3.4.....		62
BAB IV		63
4.1	Karakteristik Responden	63
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
GAMBAR 4.1.....		63
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	64
GAMBAR 4.2.....		64
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	65
GAMBAR 4.3.....		65
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.2.1	Uji Keabsahan Data.....	66
TABEL 4.1.....		66
4.2.2	Uji Reliabilitas	67
TABEL 4.2.....		67
4.2.3	Analisis Deskriptif EPIC Model	67
TABEL 4.3.....		68
GAMBAR 4.5.....		68

4.2.4 Analisis Efektivitas Iklan Menggunakan Pendekatan EPIC Model	69
TABEL 4.4.....	69
GAMBAR 4.5.....	73
TABEL 4.5.....	74
Sambungan.....	74
GAMBAR 4.6.....	79
4.2.4.3 Dimensi Impact	79
TABEL 4.6.....	79
GAMBAR 4.7.....	85
TABEL 4.7.....	85
GAMBAR 4.8.....	90
4.2.5 Epic Rate.....	90
4.3 Pembahasan dan Hasil	91
4.3.1 Dimensi Empathy.....	91
GAMBAR 4.9.....	92
4.3.2 Dimensi Persuasion	93
GAMBAR 4.10.....	94
GAMBAR 4.11.....	95
GAMBAR 4.12.....	96
4.3.4 Dimensi Communication	97
GAMBAR 4.13.....	97
BAB V.....	98
KESIMPULAN.....	98
5.1 KESIMPULAN.....	98
5.2 SARAN.....	99
Saran Untuk Perusahaan	99
5.2.1 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya	100
DAFTAR PUSTAKA	15
LAMPIRAN	21