

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	i
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIK</b> .....	ii
<b>ABSTRAK</b> .....	iii
<b>ABSTRACT</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian</b> .....	1
<b>1.1.1 Profil Perusahaan</b> .....	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk.....	2
<b>1.2 Latar Belakang Penelitian</b> .....	7
<b>1.3 Rumusan Masalah</b> .....	14
<b>1.4 Tujuan Penelitian</b> .....	14
<b>1.5 Manfaat Penelitian</b> .....	14
<b>1.6 Batasan Penelitian</b> .....	15
<b>BAB II</b> .....	17
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	17
<b>2.1. Landasan Teori</b> .....	17
2.1.1 Manajemen Pemasaran .....	17

2.1.2 Pemasaran .....	17
2.1.3 Bauran Pemasaran .....	18
2.1.4 Promosi .....	19
2.1.6 Iklan .....	20
2.1.7 Periklanan .....	21
2.1.8 Media Sosial .....	21
2.1.9 Instagram .....	23
2.1.10 Efektivitas Iklan.....	23
2.1.11 Pengukuran Efektivitas Iklan.....	24
2.1.12 EPIC Model .....	25
<b>2.2 Penelitian Terdahulu .....</b>	<b>27</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>30</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>30</b>
<b>3.1 Jenis Penelitian .....</b>	<b>30</b>
<b>3.2 Variabel Operasional Dan Skala Pengukuran.....</b>	<b>30</b>
3.2.1 Variabel Operasional.....	30
3.2.2 Skala Pengukuran .....	34
<b>3.3 Tahapan Penelitian .....</b>	<b>34</b>
<b>3.4 Populasi Dan Sampel .....</b>	<b>35</b>
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel.....	36
<b>3.5 Teknik Sampling .....</b>	<b>37</b>
<b>3.6 Pengumpulan Data.....</b>	<b>37</b>
3.6.1 Jenis dan Sumber Data .....	37
3.6.2 Teknik Pengumpulan.....	38
<b>3.7 Uji Keabsahan Data .....</b>	<b>38</b>
3.7.1 Uji Validitas .....	38

<b>3.7.2 Uji Reliabilitas</b> .....	39
<b>3.8 Teknik Analisis Data</b> .....	40
<b>3.8.1 Analisis Deskriptif</b> .....	40
<b>3.8.2 EPIC Model</b> .....	40
<b>BAB IV</b> .....	43
<b>HASIL PENELITIAN</b> .....	43
<b>4.1 Karakteristik Responden</b> .....	43
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	43
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	44
<b>4.2 Uji Keabsahan Data</b> .....	45
4.2.1 Uji Validitas .....	45
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	45
<b>4.3 Hasil Penelitian Analisis Efektivitas Iklan Menggunakan Pendekatan EPIC Model</b> .....	46
4.3.1 Dimensi <i>Empathy</i> .....	46
4.3.2 Dimensi <i>Persuasion</i> .....	47
4.3.3 Dimensi <i>Impact</i> .....	48
4.3.4 Dimensi <i>Communication</i> .....	49
4.3.5 <i>EPIC Rate</i> .....	50
<b>4.4 Pembahasan</b> .....	50
<b>BAB V</b> .....	58
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	58
<b>5.1 Kesimpulan</b> .....	58
<b>5.2 Saran</b> .....	58
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	58
5.2.3 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	60

<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>61</b>
<b>Lampiran .....</b>	<b>64</b>