

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2 Latar Belakang Penelitian	3
1.3 Perumusan Masalah.....	8
1.4 Pertanyaan Penelitian	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat penelitian	9
1.6.1 Aspek Teoritis	9
1.6.2 Aspek Praktisi.....	9
1.7 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Teori-Teori Terkait Penelitian dan Penelitian Terdahulu.....	13
2.1.1 Promosi.....	13
2.1.2 Iklan.....	14
2.1.3 Tujuan Iklan	15
2.1.4 Efektivitas Iklan	15
2.1.5 Pengukuran Efektivitas Iklan menggunakan EPIC Model	16

2.1.6	Media Sosial	19
2.1.7	Pemasaran Media Sosial.....	20
2.2	Penelitian Terdahulu.....	20
2.3	Kerangka Pemikiran	27
2.4	Hipotesis Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		31
3.1	Karakteristik Penelitian	31
3.2	Alat pengumpulan Data.....	32
3.2.1	Variabel Operasional	32
3.2.2	Skala Pengukuran	34
3.3	Tahap Penelitian	35
3.4	Populasi dan Sampel	36
3.4.1	Populasi	36
3.4.2	Sampel	36
3.5	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	37
3.6	Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.6.1	Uji Validitas	38
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		45
4.1	Karakteristik Responden	45
4.2	Hasil Penelitian.....	48
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA		61
LAMPIRAN		