

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN AKADEMIK	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	1
1.1.3 Logo Perusahaan.....	2
1.1.4 Produk.....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian	7
1.3 Rumusan Masalah	14
1.4 Tujuan Penelitian	14
1.5 Manfaat Penelitian	14
1.6 Batasan Penelitian	15
BAB II	17
TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1. Landasan Teori	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
2.2 Penelitian Terdahulu	27
BAB III.....	30
METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Jenis Penelitian	30
3.2 Variabel Operasional Dan Skala Pengukuran.....	30
3.2.1 Variabel Operasional.....	30
3.2.2 Skala Pengukuran	34
3.3 Tahapan Penelitian	34
3.4 Populasi Dan Sampel	35
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel.....	36
3.5 Teknik Sampling	37
3.6 Pengumpulan Data.....	37
3.6.1 Jenis dan Sumber Data	37
3.6.2 Teknik Pengumpulan.....	38
3.7 Uji Keabsahan Data	38
3.7.1 Uji Validitas	38

3.7.2 Uji Reliabilitas.....	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	40
3.8.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.8.2 EPIC Model.....	40
BAB IV.....	43
HASIL PENELITIAN	43
4.1 Karakteristik Responden.....	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
4.2 Uji Keabsahan Data	45
4.2.1 Uji Validitas	45
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.3 Hasil Penelitian Analisis Efektivitas Iklan Menggunakan Pendekatan EPIC Model	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 EPIC Rate	50
4.4 Pembahasan	50
BAB V	58
KESIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1 Kesimpulan	58
5.2 Saran.....	58
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan.....	58
5.2.3 Saran Untuk Peneliti Selanjutnya.....	60

Daftar Pustaka	61
Lampiran	64