

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
DAFTAR GRAFIK .....	xi
ABSTRACT.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
<b>BAB I</b>	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II</b>	
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
2.2 Perilaku Konsumen.....	18
2.2.1 Kepercayaan.....	20
2.3 Iklan.....	22
2.3.1 Iklan Media E-commerce .....	22
2.3.2 Elemen-elemen Iklan.....	24
2.3.3 Elemen-elemen Merek.....	26
2.3.4 <i>Tagline</i> .....	28
2.3.5 Karakteristik <i>Tagline</i> .....	29

2.3.6 <i>Tagline</i> yang Efektif.....	30
2.3.7 Fungsi <i>Tagline</i> .....	30
2.3.8 Hubungan antara <i>Tagline</i> dengan <i>Brand Awareness</i> .....	31
2.4 Kesadaran Merek ( <i>Brand Awareness</i> ).....	32
2.4.1 Peran <i>Brand Awareness</i> .....	33
2.4.2 Proses Terjadinya <i>Brand Awareness</i> .....	35
2.4.3 Tingkatan <i>Brand Awareness</i> .....	35
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	36
2.6 Hipotesis Teoritis .....	37
<b>BAB III</b>	
METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Paradigma Penelitian .....	38
3.2 Metode Penelitian .....	38
3.3 Populasi & Sampel Penelitian .....	39
3.3.1 Populasi Penelitian .....	39
3.3.2 Sampel Penelitian .....	39
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4 Definisi Konsep & Operasionalisasi Konsep.....	41
3.4.1 Definisi Konsep.....	41
3.4.2 Operasional Konsep.....	41
3.5 Validitas dan Reliabilitas.....	43
3.5.1 Uji Validitas.....	43
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.6.1 Data Primer .....	50
3.6.2 Data Sekunder.....	51
3.7 Teknik Analisis Data .....	51
3.7.1 <i>Editing</i> .....	51
3.7.2 <i>Coding</i> .....	51
3.7.3 Tabulasi.....	52
3.7.4 Analisa Statistik .....	52

3.8 Hipotesa Statistik .....	55
BAB IV	
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	56
4.1.1 Profil Perusahaan JD.ID .....	56
4.1.2 Visi dan Misi JD.ID.....	58
4.1.3 Layanan JD.ID .....	59
4.2 Hasil Penelitian .....	60
4.2.1 Identitas Responden.....	60
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X (Kepercayaan Konsumen Dalam Melihat <i>Tagline</i> Iklan JD.id Di Media TV #DijaminOri Versi Kena Tipu).....	63
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Y ( <i>Brand Awareness</i> ) .....	71
4.3 Pembahasan.....	76
4.3.1 Hasil Rata-rata ( <i>Mean</i> ) .....	76
4.3.2 Hasil Analisis Korelasi .....	77
4.3.3 Hasil Koefisien Determinasi (KD).....	79
4.3.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	80
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Kesimpulan .....	82
5.2 Saran.....	83
5.2.1 Akademis .....	83
5.2.2 Praktis.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	84