

DAFTAR TABEL

2.1 PENELITIAN TERDAHULU	13
2.2 AREA DALAM ANALISIS SITUASI.....	20
2.3 MODEL KOMUNIKASI ADVERTISING	30
3.1 OPERASIONALISASI KONSEP.....	48
3.2 SKALA PENELITIAN LIKERT	52
3.3 PEDOMAN INTERPRETASI KOEFISIEN KORELASI.....	53
4.1.IKLAN TRAVELOKA VERSI 1 MENIT.....	57
4.2.VALIDITAS VARIABEL X.....	66
4.3.RELIABILITAS VARIABEL X.....	67
4.4.RELIABILITAS VARIABEL Y.....	68
4.5.HASIL PEMETAAN BERDASARKAN USIA	68
4.6.HASIL PEMETAAN BERDASARKAN TEMPAT TINGGAL.....	69
4.7.HASIL PEMETAAN BERDASARKAN PEKERJAAN.....	70
4.8.FREKUENSI MENONTON IKLAN.....	71
4.9.DURASI MELIHAT IKLAN 1.....	71
4.10. DURASI MELIHAT IKLAN 2.....	72
4.11.INTENSITAS PESAN IKLAN.....	73
4.12.INTEREST IKLAN 1.....	73
4.13.INTEREST IKLAN 2.....	74
4.14.INTEREST IKLAN 3.....	75
4.15.DESIRE IKLAN 1.....	75
4.16.DESIRE IKLAN 2.....	76

4.17.ACTION IKLAN 1	77
4.18.ACTION IKLAN 2	77
4.19.ACTION IKLAN 3	78
4.20.ACTION IKLAN 4	79
4.21.ACTION IKLAN 5	79
4.22.ACTION IKLAN 6	80
4.23.ANALISIS REGRESI LINEAR	81
4.24.TABEL KOEFISIEN KORELASI.....	82
4.25.TABEL ANOVA.....	83
4.26.TABEL COEFFICIENTS	84



DAFTAR GAMBAR

1.1 PENETRASI PENGGUNA INTERNET TAHUN 2017	2
1.2 PERTUMBUHAN PENGGUNAAN INTERNET TAHUN 2017	2
1.3 PEMANFAATAN INTERNET BIDANG EKONOMI TAHUN 2017	4
1.4 SITUS BOOKING ONLINE TIKET PESAWAT DAN TRAVEL.....	6
1.5 IKLAN TRAVELOKA VERSI “DARI MONOTON JADI MAU SERU-SERUAN”	7
1.6 IKLAN SITUS PESAING.....	7
2.1 MODEL SOR	38
2.2 KERANGKA TEORI.....	42
4.1 LOGO TRAVELOKA	64

