

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
SURAT TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
SURAT PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Penelitian Terdahulu.....	7
2.2. Kajian Teoretis	11
2.2.1. Komunikasi Pemasaran Digital	11
2.2.1.1. Bauran Pemasaran	14
2.2.2. Efektivitas Periklanan.....	17
2.2.2.1. EPIC Model	19
2.2.3. Periklanan Online	22
2.2.4. Sosial Media	23

2.2.5. Instagram	28
2.3. Hipotesis Teori	34
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	35
3.1. Paradigma Penelitian	35
3.2. Metode Penelitian	35
3.3. Populasi dan Sampel	36
3.3.1. Populasi	36
3.3.2. Sampel	37
3.3.3. Teknik Penarikan Sampel	38
3.4. Definisi Konsep dan Oprasionalisasi Konsep (Kategorisasi dan definisi kategori untuk analisa isi).....	38
3.4.1. Definisi Konsep	38
3.4.2. Oprasionalisasi Konsep	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data	41
a. Data primer	41
b. Data Sekunder.....	41
c. Uji Validitas & Reabilitas (Survei)	42
3.6. Teknik Analisis Data	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1. Profil Perusahaan PT Gojek Indonesia.....	47
4.1.2. Visi dan Misi Gojek.....	48
4.1.3. Logo Gojek.....	49
4.1.4. Tiga Pilar Gojek.....	49
4.1.5. Layanan yang Ditawarkan	50

4.1.6.	Iklan Instagam Gojek Indonesia	53
4.2.	Hasil Penelitian.....	54
4.2.1.	Uji Validitas dan Uji Reabilitas.....	54
4.2.2.	Karakteristik Responden.....	55
4.2.3.	Pertanyaan Tentang Efektifitas Iklan	58
4.2.4.	EPIC Rate	67
4.3.	Pembahasan	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		72
5.1.	Simpulan.....	72
5.2.	Saran	73
5.2.1.	Saran Akademis.....	73
5.2.2.	Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA		74
LAMPIRAN.....		77

