

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	14
C. Tujuan Penelitian	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II KAJIAN PUSTAKA	16
A. Komunikasi Pemasaran.....	16
B. Bauran Komunikasi Pemasaran.....	17
C. Promosi	18
D. Iklan	19
E. Efektivitas Iklan.....	20
F. Perencanaan Iklan <i>Online</i> Melalui Instagram	22
G. AIDA MODEL	31
H. Hubungan AIDA Model dengan Efektivitas Iklan	32
I. Penerapan Konsep AIDA di Kopi Kenangan.....	35
1. <i>Attention</i>	35
2. <i>Interest</i>	36
3. <i>Desire</i>	36
4. <i>Action</i>	36
J. Hasil Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODE PENELITIAN	39

A. Waktu dan Tempat Penelitian	39
1. Waktu Penelitian.....	39
2. Tempat Penelitian	39
B. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel.....	40
C. Pengembangan Instrumen	41
1. Definisi Operasional Variabel	41
2. Instrumen Penelitian	42
D. Teknik Pengumpulan Data	45
F. Uji Instrumen Penelitian	46
1. Uji Validitas	46
2. Uji Reliabilitas	47
G. Teknik Analisis Data	48
1. Analisis Tabulasi Sederhana	48
2. Analisis Deskriptif	49
3. Skor Rata – Rata.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	52
A. Analisis Deskriptif	52
1. Profil Responden	52
2. Uji Instrumen Penelitian	57
B. Analisis Deskripsi AIDA	58
C. Analisis Rata-Rata AIDA.....	69
BAB V PENUTUP	71
A. Kesimpulan.....	71
B. Implikasi.....	73
1. Implikasi Teoritis.....	73
2. Implikasi Praktis	74
C. Keterbatasan Penelitian.....	75
D. Rekomendasi Bagi Penenelitian Selanjutnya	76
DAFTAR PUSTAKA.....	77
DAFTAR LAMPIRAN	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial di Indonesia per Januari 2023	2
Gambar 1. 2 Pengguna Instagram per Juli 2023.....	5
Gambar 1. 3 Followers / Pengikut Instagram Kopi Kenangan (2023)	7
Gambar 1. 4 Postingan Promosi Instagram @kopikenangan.id.....	8
Gambar 1. 5 Penjualan Kopi Kenangan di Indonesia Tahun 2020 - 2022.....	9
Gambar 1. 6 Keluhan Pelanggan Kopi Kenangan di Instagram.....	11
Gambar 1. 7 Keluhan Pelanggan Kopi Kenangan di Instagram.....	11
Gambar 1. 8 Keluhan Pelanggan Kopi Kenangan di Instagram.....	12
Gambar 2. 1 Boost Post Instagram	25
Gambar 2. 2 Pilihan Target Audience.....	27
Gambar 2. 3 Pilihan bentuk materi iklan	29
Gambar 2. 4 Tampilan Untuk Melihat Kinerja Iklan.....	30
Gambar 2. 5 Konsep AIDA di Instagram @kopikenangan.id	35

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Persentase Alasan Pembelian Kopi Kenangan	10
Tabel 2. 1 A summary of popular hierarchy models	33
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	37
Tabel 3. 1 Instrumen Penelitian	42
Tabel 3. 2 Bobot Penilaian Skala Likert	45
Tabel 3. 3 Bobot Skor Kriteria dan Tingkat Capaian	50
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	54
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	55
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Tabel 4. 6 Uji Validitas	57
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas	58
Tabel 4. 8 Frekuensi Jawaban Dimensi Attention	59
Tabel 4. 9 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Interest.....	61
Tabel 4. 10 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Desire	64
Tabel 4. 11 Frekuensi Jawaban Pada Dimensi Action.....	67
Tabel 4. 12 Skor Rata-rata AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	80
Lampiran 2. Instrumen Penelitian.....	82
Lampiran 3. Hasil Data Tabulasi Kuesioner	85
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	101
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	104
Lampiran 6. Hasil Uji Kemiripan Naskah.....	105
Lampiran 7. Riwayat Hidup Penulis.....	106

