

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACK	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Batasan Penelitian	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Konsep Pemasaran	9
2.1.1. Pengertian Konsep Pemasaran	9
2.1.2. Perilaku Konsumen	9
2.1.3. Bauran Pemasaran.....	10
2.1.4. Promosi	12
2.1. Iklan.....	14
2.2. Meta Ads.....	15
2.2.1. <i>Machine Learning Advertising</i>	17
2.2.2. Format Iklan.....	18
2.3. Analisis Performa Meta Ads	19
2.3.1. Efektivitas Iklan	19
2.3.2. Mengukur efektivitas iklan	19
2.4. Minat Beli.....	21
	vii

2.5.	Metode Pemilihan Iklan	21
2.6.	EPIC Model	22
2.7.	Metode TOPSIS	25
2.8.	Regresi Linear Berganda	26
BAB III METODE PENELITIAN.....		29
3.1.	Objek Penelitian	29
3.2.	Pelaksanaan Penelitian	29
3.3.	Populasi dan Sampel	29
3.4.	Data Penelitian	31
3.5.	Metode Pengumpulan Data	31
3.6.	Variabel Penelitian	32
3.7.	Tahapan Pengolahan dan Analisis Data	37
3.8.	Tahapan Penelitian	37
3.9.	Diagram Alir Penelitian.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Profil Perusahaan.....	47
4.2.	Pemasaran.....	49
4.3.	Karakteristik Responden	52
4.3.1.	Jenis Kelamin	53
4.3.2.	Usia	53
4.3.3.	Tingkat Pendidikan	54
4.3.4.	Daerah Asal.....	54
4.3.5.	Jenis Pekerjaan	55
4.3.6.	Tingkat Pendapatan/bulan.....	55
4.3.7.	Responden Menjadi Pengikut di Halaman Facebook/Instagram Dazerlate	56
4.4.	Analisis Penentuan Iklan Performa Terbaik Menggunakan TOPSIS.....	57
4.4.1.	Analisis Pembobotan Kriteria Performa Iklan	57
4.4.2.	Analisis Pemilihan Iklan Terbaik.....	59
4.5.	Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.5.1.	Uji Reliabilitas	65
4.5.2.	Uji Validitas	65



4.6.	Analisis Efektiftas Iklan Berdasarkan EPIC Model	66
4.7.	Uji Asumsi Klasik	75
4.7.1.	Uji Normalitas	75
4.7.2.	Uji Multikolonieritas	78
4.7.3.	Uji Heteroskedastisitas	79
4.8.	Analisis Regresi Linear Berganda	81
4.9.	Koefisien Determinasi (R^2)	86
4.10.	Uji Kerandalan Model (Uji F) Simultan	88
4.11.	Koefisien Regresi (Uji t) Parsial	90
4.12.	<i>Insight</i> Strategis	94
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	96
5.2.	Kesimpulan	96
5.2.	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	105