

## DAFTAR ISI

### Contents

KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN .....	ix
INTISARI .....	x
ABSTRACT .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Batasan Masalah .....	6
1.5. Manfaat Penelitian .....	6
1.6. Kerangka Penulisan .....	7
BAB II .....	9
GAMBARAN UMUM .....	9
2.1 Kondisi Umum .....	9
2.1.1 Sejarah Singkat Cheese Tea Inc Gejayan .....	9
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	11
2.1.3 Tujuan Perusahaan .....	12
2.1.4 Produk Cheese Tea Inc. Gejayan .....	12
2.2 Tinjauan Pustaka .....	12
2.2.1 EPIC Model .....	12
2.2.2 <i>Direct Rating Method</i> .....	16
2.2.3 Pemasaran .....	18
2.2.4 Pengukuran Efektivitas Iklan .....	22
2.2.5 Definisi Efektivitas .....	23
2.2.5 Efektivitas Promosi .....	25
2.2.6 Promosi .....	26

2.2.7	Promosi Online.....	28
2.2.8	Pengaruh promosi terhadap penjualan.....	28
2.2.9	Pemotongan Harga atau Discount.....	28
2.3	Kerangka Pemikiran.....	29
2.4	Penelitian Terdahulu.....	30
2.5	Metode Penelitian.....	33
2.5.1	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
2.5.2	Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	33
2.5.3	Definisi Operasional.....	33
2.5.4	Populasi dan Sampel.....	34
2.5.5	Teknik Pengumpulan Data.....	34
2.5.6	Teknik Analisis Data.....	35
2.5.7	Sumber Data.....	36
<b>BAB III ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>37</b>
4.1.	Metode Pengolahan dan Analisis Data.....	37
4.1.1	Uji Validitas.....	37
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	41
4.2.	Karakteristik Responden.....	44
4.3.	EPIC Model.....	46
4.4.	EPIC <i>Rate</i> .....	53
4.5.	<i>Direct Rating Method</i> .....	54
4.6.	Perhitungan <i>Direct Rating Method</i> .....	57
4.7.	Nilai Total DRM.....	61
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>63</b>
4.1	Kesimpulan.....	63
4.2.	Saran.....	64
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>66</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>68</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Karakteristik Responden .....	74
Gambar 2 Karakteristik Responden .....	75
Gambar 3 Perhitungan Empati dengan excel .....	76
Gambar 4 Perhitungan Persuasi dengan excel .....	76
Gambar 6 Perhitungan Komunikas dengani Excel .....	76
Gambar 7 Perhitungan Perhatian dengan Excel .....	77
Gambar 8 Perhitungan Respon Kognitif dengan Excel .....	77
Gambar 9 Perhitungan Pemahaman dengan Excel .....	77
Gambar 9 Perhitungan Respon Afektif dengan Excel .....	77
Gambar 10 Perhitungan Sikap Terhadap Promosi dengan Excel .....	78
Gambar 11 Data Penjualan Agustus .....	79
Gambar 12 Data Penjualan September .....	80
Gambar 13 Data Penjualan September .....	81

## DAFTAR TABEL

Tabel 2 Uji Reliabilitas EPIC .....	41
Tabel 3 Uji Validitas Direct Rating Method .....	42
Tabel 4 Uji Reliabilitas Direct Rating Method.....	44
Tabel 5 Karakteristik Responden.....	45
Tabel 6 Bobot Nilai EPIC Model .....	47
Tabel 7 Rentang Skala Keputusan EPIC Model.....	48
Tabel 8 Perhitungan EPIC Model.....	49
Tabel 9 Bobot Nilai Direct Rating Method .....	55
Tabel 10 Rentang Skala Keputusan .....	56
Tabel 11 Rentang Nilai DRM.....	57
Tabel 12 Perhitungan Nilai DRM.....	58
Tabel 13 Nilai Direct Rating Method .....	61
Tabel 14 Penjualan Dalam Rupiah .....	82
Tabel 15 Penjualan Dalam Cup.....	82
Tabel 16 Tanpa dan Dengan Promosi.....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	68
Lampiran 2 Hasil Olah Data Menggunakan Microsoft Excel	74
Lampiran 3 Hasil Perhitungan EPIC Model	76
Lampiran 4 Hasil Perhitungan Direct Rating Method	77
Lampiran 5 Data Penjualan Cheese Tea Inc Gejayan bulan Agustus	79
Lampiran 6 Data Penjualan Cheese Tea Inc Gejayan bulan September	80
Lampiran 7 Data Penjualan Cheese Tea Inc Gejayan bulan September	81