

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Kegunaan Penelitian.....	8
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.4.2 Kegunaan Praktis	8
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	10
2.1 Kajian pustaka	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 <i>Marketing Mix</i>	10
2.1.3 Promosi	11
2.1.4 <i>Promotion Mix</i>	12
2.1.5 <i>Advertising</i>	13
2.1.6 Periklanan di Internet.....	14
2.1.7 <i>Banner Ads</i>	15
2.1.8 <i>Product</i>	18
2.1.9 <i>Brand Equity</i>	18
2.1.10 <i>Brand Awareness</i>	19
2.1.11 Hubungan <i>Banner Ads</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	22

2.1.12 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Kerangka Pemikiran	27
2.3 Hipotesis	30
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.2.1 Jenis dan Metode Penelitian	31
3.2.1 Desain Penelitian	32
3.3 Operasional Variabel	33
3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Jenis dan Sumber Data	35
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.5 Populasi, Sampe dan Teknik Penarikan Sampling	37
3.5.1 Populasi	37
3.5.2 Sampel	37
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.6 Uji Instrumen Penelitian	38
3.6.1 Uji Validitas	38
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Rancangan Analisis Data	44
3.7.1 Analisis Deskriptif	45
3.7.2 Analisis Verifikatif	47
3.8 Uji Hipotesis	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Bhinneka.com	53
4.1.2 Gambaran Umum Karakteristik Responden	54
4.1.3 Gambaran Umum Pengalaman Responden	56
4.1.4 <i>Banner Ads</i> pada <i>E-Commerce</i> Bhinneka.com	59
4.1.5 <i>Brand Awareness</i> pada <i>E-Commerce</i> Bhinneka.com	67
4.1.6 Hasil Pengujian Hipotesis	73

Haryono, 2016

**PENGARUH BANNER ADS TERHADAP BRAND AWARENESS PERUSAHAAN E-COMMERCE
BHINNEKA.COM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

4.1.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi.....	86
5.3 Rekomendasi	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indonesia Top E-commerce 2015	1
Tabel 1.2 Top Brand Index 2012-2013 Kategori Situs Jual Beli Online	2
Tabel 1.3 Top Brand Index 2014-2015 Kategori Situs Jual Beli Barang- Barang Elektronik.....	3
Tabel 1.4 Kesadaran Merek <i>E-commerce</i> di Indonesia	3
Tabel 1.5 Efektivitas Iklan Online	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel X (<i>Banner Ads</i>) Dan Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>)	34
Tabel 3.2 Jenis dan Sumber Data.....	36
Tabel 3.3 Hasil Pengujian Validitas Instrument Penelitian Variabel X (<i>Banner Ads</i>).....	40
Tabel 3.4 Hasil Pengujian Validitas Instrument Penelitian Variabel Y (<i>Brand Awareness</i>)	41
Tabel 3.5 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel <i>Banner Ads</i> dan Variabel <i>Brand Awareness</i>	44
Tabel 3.6 Kriteria Penafsiran Hasil Perhitungan Kuesioner	47
Tabel 3.7 Pedoman Interpretasi Koefisiensi Korelasi.....	50
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	55
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Penghasilan/Uang Saku Perbulan	56
Tabel 4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Situs <i>E-Commerce</i> Bhinneka.com untuk Melakukan Jual Beli.....	57
Tabel 4.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Pertimbangan Menggunakan Situs <i>E-Commerce</i> Bhinneka.com.....	58
Tabel 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Sumber Informasi	59
Tabel 4.8 <i>Banner Ads</i> Berdasarkan Bentuk	60

Haryono, 2016

**PENGARUH BANNER ADS TERHADAP BRAND AWARENESS PERUSAHAAN E-COMMERCE
BHINNEKA.COM**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4.9 <i>Banner Ads</i> Berdasarkan Isi	61
Tabel 4.10 <i>Banner Ads</i> Berdasarkan Teknik.....	62
Tabel 4.11 <i>Banner Ads</i> Berdasarkan Seni.....	63
Tabel 4.12 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Banner Ads E-Commerce</i> Bhinneka.com.....	64
Tabel 4.13 <i>Brand Awareness</i> Berdasarkan <i>Aware</i>	67
Tabel 4.14 <i>Brand Awareness</i> Berdasarkan <i>Recognize</i>	69
Tabel 4.15 <i>Brand Awareness</i> Berdasarkan <i>Know</i>	70
Tabel 4.16 Rekapitulasi Skor Tanggapan Responden Mengenai <i>Brand Awareness E-Commerce</i> Bhinneka.com.....	71
Tabel 4.17 <i>Output</i> Korelasi	76
Tabel 4.18 Interpretasi Koefisien Korelasi	76
Tabel 4.19 <i>Output</i> Pengaruh <i>Banner Ads</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	77
Tabel 4.20 <i>Output</i> Koefisien Regresi.....	78
Tabel 4.21 Nilai Signifikansi Uji T.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Administratif
- Lampiran 2 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Output SPSS Validitas Dan Reliabilitas
- Lampiran 4 Output SPSS Regresi Linear Sederhana
- Lampiran 5 Data Ordinal
- Lampiran 6 Data Interval
- Lampiran 7 Catatan Bimbingan
- Lampiran 8 *E-Commerce* Bhinneka.com
- Lampiran 9 Riwayat Hidup

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampilan halaman depan Situs <i>E-Commerce</i> Bhinneka.com	4
Gambar 1.2 Iklan Bhinneka.com Dihalaman depan Hao123 Indonesia	6
Gambar 1.3 Iklan Bhinneka.com Dihalaman depan Kapanlagi.com	6
Gambar 1.4 Iklan Bhinneka.com Dihalaman depan Merdeka.com	7
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Peran <i>Banner Ads</i> dalam Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>	29
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian	30
Gambar 3.1 Contoh Garis Kontinum	46
Gambar 4.1 Hasil Kontinum <i>Banner Ads</i> Bhinneka.com	66
Gambar 4.2 Hasil Kontinum <i>Brand Awareness</i> Bhinneka.com	73
Gambar 4.3 Uji Normalitas	75