

## DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS DAN BEBAS PLAGIAT.....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	v
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Rumusan Masalah .....	4
1.5 Tujuan Penelitian .....	4
1.6 Manfaat Penelitian .....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Pemasaran.....	6
2.1.1 Pengertian Pemasaran .....	6
2.1.2 Pemasaran <i>Online</i> .....	6
2.1.3 Manfaat Pemasaran <i>Online</i> .....	7
2.2 Iklan.....	8
2.2.1 Pengertian Iklan.....	8
2.2.2 Tujuan Iklan .....	9
2.2.3 Jenis-Jenis Iklan .....	9
2.2.4 Media Iklan .....	10
2.2.5 Pengaruh Iklan.....	11
2.2.6 Cara Menyusun Penyampaian Iklan .....	12
2.3 Model AIDA ( <i>Attention, Interest, Desire, Action</i> ).....	12

2.3.1	Pengertian Mengenai Model AIDA.....	12
2.3.2	Metode AIDA.....	13
2.3.3	Perencanaan Iklan Menggunakan Metode AIDA .....	14
2.4	Media Periklanan <i>Online</i> .....	16
2.4.1	Beberapa Media Periklanan <i>Online</i> .....	16
2.4.2	Internet dan Periklanan .....	16
2.4.3	Jenis-Jenis Iklan <i>Online</i> .....	16
2.5	Kerangka Berpikir .....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....		20
3.1	Jenis Metode Penelitian.....	20
3.2	Variabel dan Skala Pengukuran .....	20
3.3	Kriteria Narasumber .....	21
3.4	Sumber Data Penelitian .....	21
3.5	Profil Narasumber .....	21
3.6	Lokasi Penelitian .....	22
3.7	Teknik Penarikan <i>Sampling</i> .....	22
3.8	Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.9	Teknik Analisis Data .....	23
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....		25
4.1	Profil Perusahaan .....	25
4.2	Kerjasama antara Kopi Lain Hati dengan Go-Food.....	28
4.3	Hasil dan Pembahasan Wawancara.....	30
4.3.1	<i>Attention</i> .....	30
4.3.2	<i>Interest</i> .....	31
4.3.3	<i>Desire</i> .....	33
4.3.4	<i>Action</i> .....	35
4.4	Kesimpulan Wawancara .....	36
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		38
5.1	Kesimpulan .....	38
5.1.1	<i>Marketing Mix</i> .....	39
5.2	Saran.....	39

DAFTAR PUSTAKA.....41  
LAMPIRAN .....43

