

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Kegunaan Penelitian .....	7
1.5 Tahapan Penelitian .....	8
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Tinjauan Teori	
2.2.1 Komunikasi .....	18
2.2.2 <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i> .....	20
2.2.3 <i>New Media</i> .....	22
2.2.4 Media Sosial .....	24
2.2.4.1 Jenis – Jenis Media Sosial .....	25
2.2.5 Media Promosi .....	25
2.2.6 Youtube .....	25
2.2.6.1 Pengertian Youtube .....	25
2.2.6.2 Karakteristik Youtube .....	25
2.2.7 Keputusan Konsumen .....	27

2.3 Hipotesis .....	29
2.4 Kerangka Pemikiran .....	30

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

3.1 Paradigma Penelitian .....	31
3.2 Metode Penelitian .....	32
3.3 Objek dan Subjek Penelitian.....	32
3.3.1 Objek Penelitian .....	32
3.3.2 The Raid 2: Berandal .....	32
3.3.3 Subjek Penelitian.....	33
3.4 Operasional Variabel .....	33
3.4.1 Skala Pengukuran.....	40
3.5 Populasi dan Sampel.....	40
3.5.1 Populasi .....	40
3.5.2 Sampel.....	41
3.6 Pengumpulan Data.....	42
3.6.1 Jenis Data .....	42
3.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	43
3.7.1 Uji Validitas .....	43
3.7.2 Uji Reliabilitas .....	44
3.7.3 Hasil Uji .....	45
3.8 Teknik Analisis Data .....	48
3.8.1 Analisis Deskriptif .....	48
3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
3.8.3 Uji Hipotesis Parsial (Uji t).....	50
3.8.4 Koefisien Determinasi.....	51

### **BAB IV HASIL ANALISIS**

4.1 Karakteristik Responden.....	53
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	53
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	54
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Tempat Tinggal .....	55
4.1.4 Frekuensi Mengakses Internet Dalam Seminggu.....	55
4.1.5 Lamanya Mengakses Youtube Dalam Seminggu .....	56

4.1.6 Lamanya Mengakses Youtube Dalam Sehari .....	57
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	58
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Var Media Promosi (X1) .....	58
4.2.1.1 Hasil Perhitungan Indikator Informatif .....	59
4.2.1.2 Hasil Perhitungan Indikator <i>Cost Effective</i> .....	60
4.2.1.3 Hasil Perhitungan Indikator Potensial.....	61
4.2.1.4 Hasil Perhitungan Indikator Praktis dan Lengkap .....	62
4.2.1.5 Hasil Perhitungan Indikator <i>Shareable</i> .....	63
4.2.1.6 Hasil Perhitungan Indikator Interaktif .....	64
4.2.1.7 Hasil Perhitungan Indikator Variabel X1.....	65
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Var Karakteristik Video X2.....	67
4.2.2.1 Hasil Perhitungan Indikator <i>Video Category</i> .....	67
4.2.2.2 Hasil Perhitungan Indikator <i>Video Length</i> .....	68
4.2.2.3 Hasil Perhitungan Indikator <i>File Size and Bite Rate</i> .....	69
4.2.2.4 Hasil Perhitungan Indikator <i>Date Added</i> .....	71
4.2.2.5 Hasil Perhitungan Indikator <i>Views, Rating</i> .....	72
4.2.2.6 Hasil Perhitungan Indikator <i>Growth Trend</i> .....	73
4.2.2.7 Hasil Perhitungan Indikator Karakteristik Video X2.....	74
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Var Keputusan Audience Y .....	75
4.2.3.1 Hasil Perhitungan Indikator Pengenalan Masalah .....	75
4.2.3.2 Hasil Perhitungan Indikator Pencarian Informasi .....	76
4.2.3.3 Hasil Perhitungan Indikator Evaluasi Alternatif .....	77
4.2.3.4 Hasil Perhitungan Indikator Keputusan Konsumen .....	78
4.2.3.5 Hasil Perhitungan Indikator Keputusan Audience Y .....	80
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	81
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.3.2 Uji Hipotesis Parsial (Uji T) .....	82
4.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	83
4.3.4 Analisis Hasil Penelitian .....	84

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Simpulan .....	89
5.2 Saran .....	90

5.2.1 Saran Akademis .....	90
5.2.2 Saran Praktis .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>92</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>96</b>