

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Aspek Teoritis.....	11
1.4.2 Aspek Praktis	11
1.5 Tahapan Penelitian	11
1.6 Tahapan Dan Waktu Penelitian	13
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	14
1.8 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	16
2.1 Penelitian Terdahulu.....	16
2.1.1 Jurnal Internasional.....	16
2.1.2 Jurnal Nasional	20
2.1.3 Skripsi	23
2.2 Landasan Teori	26
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	26
2.2.2 Iklan	29
2.2.3 Media Iklan	32
2.2.4 Strategi Pemilihan Media.....	35
2.2.5 Iklan Internet.....	36
2.2.6 AISAS (Attention, Interest, Search, Action, Share)	39
2.3 Hipotesis	43

2.4	Kerangka Pemikiran	44
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	44
BAB III		46
METEDOLOGI PENELITIAN		46
3.1	Paradigma Penelitian	46
3.2	Metode Penelitian	46
3.3	Proses Penelitian.....	47
3.4	Subjek Dan Objek Penelitian	49
3.4.1	Objek Penelitian.....	49
3.4.2	Subjek Penelitian	49
3.5	Operasional Variabel dan Skala Paengukuran	49
3.5.1	Variabel Penelitian.....	49
3.5.2	Skala Pengukuran	53
3.6	Populasi dan Sampel	54
3.6.1	Populasi.....	54
3.6.2	Sampel	55
3.7	Pengumpulan Data	56
3.7.1	Jenis Data.....	56
3.7.2	Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.8	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	58
3.8.1	Uji Validitas	58
3.8.2	Uji Reliabilitas	60
3.9	Teknik Analisis Data	62
3.9.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	62
3.9.2	Analisis Korelasi.....	63
3.9.10	Analisis Regresi Sederhana	65
3.9.11	Koefisien Determinasi	65
3.10	Uji Hipotesis	66
BAB IV		68
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Karakteristik Responden	68
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Umur	70
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	71

4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Daerah Asal Responden	72
4.1.5 Karakteristik Berdasarkan Alat yang Digunakan Untuk Mengakses Youtube.....	73
4.1.6 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Membuka Youtube.....	75
4.2 Hasil Penelitian.....	76
4.2.1 Hasil Statistik Deskriptif.....	76
4.2.1.1 Uji Statitik Deskriptif Konten Video Advertising Tokopedia Versi “Semua Dimulai Dari Tokopedia” (Variable X).....	76
4.2.1.2 Uji Statistik Deskriptif Respon Konsumen (Variabel Y).....	79
4.2.2 Uji Korelasi.....	84
4.2.3 Hasil Uji Regresi.....	87
4.2.4 Koefisien Determinasi	90
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian.....	94
4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap Konten Video Advertising Tokopedia VersiSemua Dimulai Dari Tokopedia.....	94
4.3.1.1 Audio.....	94
4.3.1.2 Video	96
4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Respon Konsumen, attention, interest, search, action, share (Variabel Y).....	98
4.3.2.1 Attention.....	98
4.3.2.2 Interest.....	100
4.3.2.3 Search.....	101
4.3.2.4 Action.....	102
4.3.2.5 Share.....	104
Skor keseluruhan Variabel X mendapatkan skor total sebesar 4556 dan dengan presentase 75,93 dimana jika dilihat dari garis kontinum presentase sebesar itu termasuk kedalam kategori tinggi, sedangkan variabel y mendapatkan total skor 5,344 dengan presentase 70,3% jika dilihat dari garis kontinum maka termasuk dalam kategori tinggi.	106
4.3.3 Analisis Kolerasi.....	106
4.3.4 Analisis Regresi Sederhana	108
4.3.5 Koefisien Determinasi	113
4.3.6 Uji Hipotesis	115
BAB V.....	121
KESIMPULAN DAN SARAN.....	121
5.1 Kesimpulan.....	121

5.2	Saran	122
5.2.1	Saran Praktis	122
5.2.2	Saran Akademis	123
DAFTAR PUSTAKA		124