

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
Abstrak.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	xv
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.5 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Tinjauan Teori.....	25
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	25
2.2.2 Iklan	27
2.2.3 Iklan Internet	31
2.2.4 Sikap	34
2.3 Hipotesis	40
2.4 Kerangka Pemikiran.....	40
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	42
3.1 Paradigma	42
3.2 Metodologi Penelitian.....	43
3.3 Objek Penelitian.....	44
3.3.1 Iklan Pop-up Bukalapak Versi Pahlawan pada <i>YouTube</i>	44
3.4 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	44
3.4.1 Variabel	44
3.4.2 Skala Pengukuran	46

3.5	Populasi dan Sampel	47
3.5.1	Populasi	47
3.5.2	Sampel	48
3.6	Pengumpulan Data	49
3.6.1	Jenis Data	49
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data	50
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	51
3.7.1	Uji Validitas	51
3.7.2	Uji Realibitas	54
3.8	Teknik Analisis Data.....	55
3.8.1	Statistik Deskriptif.....	55
3.8.2	Transformasi Data Ordinal ke Interval.....	57
3.8.2.1	Uji Asumsi Klasik	58
3.8.2.2	Analisis Korelasi	59
3.8.2.3	Analisis Regresi Sederhana	60
3.8.2.4	Koefisien Determinasi.....	61
3.8.3	Uji Hipotesis	61
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		63
4.1	Karakteristik Responden.....	63
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.1.2	Usia.....	64
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Jurusan	65
4.1.4	Karakteristik berdasarkan Perangkat yang biasa digunakan untuk mengakses <i>YouTube</i>	65
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Frekuensi mengakses <i>YouTube</i>	66
4.1.6	Karakteristik Berdasarkan pernah melihat iklan <i>Pop-up</i> pada <i>YouTube</i>	67
4.2	Hasil Penelitian	68
4.2.1	Hasil Statistik Deskriptif	68
4.2.1.1	Uji Statistik Deskriptif Iklan Pop-up Bukalapak pada <i>YouTube</i> (Variabel X)	69
4.2.1.2	Uji Statistik Deskriptif Sikap Khalayak (Variabel Y).....	72
4.2.2	Hasil Transformasi Data Ordinal ke Interval	76
4.2.3	Hasil Uji Asumsi klasik.....	76

4.2.4	Hasil Uji Regresi	78
4.2.5	Hasil uji Korelasi.....	79
4.2.6	Koefisien Determinasi	79
4.3	Pembahasan Hasil Penelitian	79
4.3.1	Tanggapan responden terhadap iklan pop-up Bukalapak versi pahlawan (variabel X)	79
4.3.1.1	Audio.....	80
4.3.1.2	Video	84
4.3.2	Tanggapan responden terhadap sikap khalayak (variabel Y).....	94
4.3.2.1	Kognitif	94
4.3.2.2	Afektif	100
4.3.2.3	Konatif.....	109
4.3.3	Analisis Regresi Sederhana	118
4.3.4	Analisis Korelasi	119
4.3.5	Koefisien Determinasi	120
4.3.6	Uji Hipotesis	120
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		122
5.1	Simpulan.....	122
5.2	Saran.....	122
5.2.1	Saran Praktis.....	122
5.2.2	Saran akademis.....	123
DAFTAR PUSTAKA		125
LAMPIRAN		