

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1 Latar Belakang Perusahaan .....	1
1.1.2 Visi Misi Perusahaan .....	2
1.2 Latar Belakang .....	2
1.3 Rumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.5.2 Manfaat Praktis.....	10
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	11
2.1 Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.1 Definisi Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran .....	11
2.1.3 Model Komunikasi Pemasaran .....	11
2.2 Iklan.....	12
2.2.1 Defisini Iklan .....	12
2.2.2 Definisi Iklan Online .....	12
2.3 Sikap Terhadap Iklan Online.....	13
2.3.1 Definisi Sikap Terhadap Iklan Online .....	13

2.4	Informasi .....	14
2.4.1	Definisi Informasi .....	14
2.5	Hiburan.....	14
2.5.1	Definisi Hiburan .....	14
2.6	Iritasi.....	14
2.6.1	Definisi Iritasi .....	14
2.7	Kredibilitas .....	15
2.7.1	Definisi Kredibilitas .....	15
2.8	Kesadaran Merek.....	15
2.8.1	Definisi Kesadaran Merek .....	15
2.8.2	Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Merek .....	16
2.9	Recall.....	16
2.9.1	Definisi Recall .....	16
2.10	Recognition .....	16
2.10.1	Definisi Recognition.....	16
2.11	Top Of Mind.....	17
2.11.1	Definisi Top Of Mind .....	17
2.12	Penelitian Terdahulu .....	17
2.13	Kerangka Pemikiran .....	28
2.14	Hipotesis Penelitian.....	28
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	29
3.2	Operasional Variabel.....	29
3.2.1	Operasional Variabel .....	29
3.2.2	Skala Pengukuran .....	32
3.3	Populasi dan Sample .....	33
3.3.1	Populasi .....	33
3.3.2	Sampel .....	33
3.3.3	Teknik Sampling.....	34
3.4	Tipe Data dan Sumber Data .....	35
3.4.1	Tipe Data .....	35
3.4.2	Sumber Data .....	35
3.5	Pengujian Instrumen.....	35

3.5.1 Pengujian Instrumen Data .....	35
3.5.2 Uji Validitas.....	36
3.5.3 Uji Reliabilitas .....	37
3.6 Analisis Data .....	39
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.6.2 Uji Linieritas.....	41
3.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	42
3.6.4 Pengujian Hipotesis .....	42
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	43
4.1.1 Profil Responden Berdasarkan Tahun Kelahiran .....	43
4.1.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
4.2 Hasil Penelitian .....	44
4.2.1 Pernyataan Responden Mengenai Sikap Terhadap Iklan <i>Online</i> Realme di Youtube 44	
4.2.2 Pernyataan Responden Terhadap Kesadaran Merek.....	46
4.3 Uji Klasik .....	47
4.3.1 Uji Normalitas.....	47
4.3.2 Analisis Korelasi.....	48
4.3.3 Uji Regresi Linier Sederhana.....	49
4.3.4 Uji Hipotesis .....	51
4.3.5 Koefisien Determinasi .....	52
4.4 Pembahasan.....	53
4.4.1 Hasil Penelitian .....	53
4.4.2 Sikap Terhadap Iklan Online .....	55
4.4.3 Kesadaran Merek .....	56
4.4.4 Besar Pengaruh Sikap terhadap Iklan Online Realme pada Kesadaran Merek Realme 57	
<b>BAB V .....</b>	<b>59</b>
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>59</b>
3.6 Kesimpulan.....	59
3.7 Saran.....	59
5.2.1 Saran Teoritis .....	59
5.2.2 Saran Praktis .....	59

DAFTAR PUSTAKA .....	61
LAMPIRAN.....	64