

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PENGESAHAN | iii |
| HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | vi |
| ABSTRACT | vii |
| DAFTAR ISI | viii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 5 |
| 1.3 Fokus Penelitian | 5 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 6 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | 7 |
| 2.1 Rangkuman Teori | 7 |
| 2.1.1 Komunikasi | 7 |
| 2.1.2 Komunikasi Pemasaran | 8 |
| 2.1.3 Daya Tarik Iklan | 10 |
| 2.1.4 Kualitas Pesan Iklan | 12 |
| 2.1.5 Efektivitas Iklan | 13 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu | 15 |
| 2.3 Kerangka Pemikiran | 19 |
| 2.4 Hipotesis Penelitian | 19 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 20 |
| 3.1 Paradigma Penelitian | 20 |
| 3.2 Objek dan Subjek Penelitian | 20 |
| 3.2.1 Objek Penelitian | 20 |
| 3.2.2 Subjek Penelitian | 20 |
| 3.3 Operasionalisasi Variabel Penelitian | 20 |

| | | |
|---|---|-----------|
| 3.4 | Populasi dan Sampel Penelitian | 22 |
| 3.4.1 | Populasi Penelitian | 22 |
| 3.4.2 | Sampel Penelitian | 22 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 23 |
| 3.6 | Teknik Analisa Data | 24 |
| 3.6.1 | Analisis Deskriptif..... | 24 |
| 3.6.2 | Analisis Verifikatif..... | 24 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | | 29 |
| 4.1 | Hasil Penelitian | 29 |
| 4.1.1 | Gambaran Umum Aplikasi <i>Streaming Vidio</i> | 29 |
| 4.1.2 | Karakteristik Responden | 29 |
| 4.1.3 | Tanggapan Responden Mengenai Daya Tarik Iklan..... | 32 |
| 4.1.4 | Tanggapan Responden Mengenai Pesan Iklan | 35 |
| 4.1.5 | Tanggapan Responden Mengenai Efektivitas Iklan | 39 |
| 4.1.6 | Hasil Uji Instrumen | 43 |
| 4.1.7 | Hasil Uji Asumsi Klasik | 45 |
| 4.1.8 | Hasil Analisis Regresi Linear Berganda | 48 |
| 4.1.9 | Hasil Analisis Korelasi | 49 |
| 4.1.10 | Hasil Koefisien Determinasi | 49 |
| 4.1.11 | Hasil Uji Hipotesis Parsial | 50 |
| 4.1.12 | Hasil Uji Hipotesis Simultan..... | 51 |
| 4.2 | Pembahasan..... | 51 |
| 4.2.1 | Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Efektivitas Iklan pada Aplikasi <i>Streaming Vidio</i> | 51 |
| 4.2.2 | Pengaruh Kualitas Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan pada Aplikasi <i>Streaming Vidio</i> | 52 |
| 4.2.3 | Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Pesan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan pada Aplikasi <i>Streaming Vidio</i> | 53 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 54 |
| 5.1 | Kesimpulan..... | 54 |
| 5.2 | Saran..... | 54 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 56 |
| LAMPIRAN..... | | 60 |