

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| HALAMAN JUDUL .....                      | ii  |
| LEMBAR PENGESAHAN .....                  | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN .....                  | iv  |
| HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN .....       | v   |
| KATA PENGANTAR .....                     | vi  |
| ABSTRAK .....                            | ix  |
| ABSTRACT .....                           | x   |
| DAFTAR ISI .....                         | xi  |
| DAFTAR TABEL .....                       | xiv |
| DAFTAR GAMBAR .....                      | xv  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                    | xvi |
| BAB 1 PENDAHULUAN .....                  | 1   |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian ..... | 1   |
| 1.2 Latar Belakang .....                 | 7   |
| 1.3 Identifikasi Masalah .....           | 14  |
| 1.4 Tujuan Penelitian .....              | 14  |
| 1.5 Manfaat Penelitian .....             | 15  |
| 1.5.1 Manfaat Akademis .....             | 15  |
| 1.5.2 Manfaat Praktis .....              | 15  |
| 1.6 Tahap dan Waktu Penelitian.....      | 15  |
| 1.7 Lokasi Penelitian .....              | 16  |
| 1.8 Sistematika Penelitian .....         | 16  |
| BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA .....             | 18  |
| 2.1 Tinjauan Teori & Konsep .....        | 18  |
| 2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....         | 18  |
| 2.1.2 Periklanan .....                   | 19  |
| 2.1.3 Iklan Internet .....               | 21  |
| 2.1.4 New Media .....                    | 24  |

|   |           |
|---|-----------|
| 2.1.5 Video Advertising .....                       | 26        |
| 2.1.6 Respon Konsumen .....                         | 27        |
| 2.1.7 Respon Afektif .....                          | 28        |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....                      | 30        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran .....                        | 40        |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....                      | 42        |
| <b>BAB 3 METODE PENULISAN .....</b>                 | <b>43</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian .....                          | 43        |
| 3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran ..... | 43        |
| 3.2.1 Operasional Variabel .....                    | 43        |
| 3.2.2 Skala Pengukuran .....                        | 48        |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....                       | 49        |
| 3.3.1 Populasi .....                                | 49        |
| 3.3.2 Sampel .....                                  | 49        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data .....                   | 51        |
| 3.4.1 Jenis Data .....                              | 51        |
| 3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....                 | 51        |
| 3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas .....            | 52        |
| 3.5.1 Uji Validitas .....                           | 52        |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas .....                        | 54        |
| 3.6 Teknik Analisis Data .....                      | 55        |
| 3.6.1 Analisa Data Deskriptif .....                 | 55        |
| 3.6.2 Uji Method Succesive Interval (MSI).....      | 57        |
| 3.6.3 Uji Normalitas .....                          | 58        |
| 3.6.4 Analisis Korelasi .....                       | 58        |
| 3.6.5 Uji Regresi Linier Sederhana .....            | 59        |
| 3.6.6 Uji Hipotesis .....                           | 60        |
| 3.6.7 Koefisien Determinasi .....                   | 60        |
| <b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>  | <b>62</b> |
| 4.1 Karakteristik Responden .....                   | 62        |

|   |            |
|---|------------|
| 4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....   | 62         |
| 4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....  | 63         |
| 4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Domisili .....   | 64         |
| 4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna e-commerce .....   | 64         |
| 4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Atau Tidak Menonton Video Advertising Tokopedia versi “Jadikan Ramadan Kesempatan Terbaik” ..... | 65         |
| 4.2 Hasil Penelitian .....  | 66         |
| 4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel X (Video Advertising) .....  | 66         |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Y (Respon Afektif Khalayak).....   | 76         |
| 4.2.3 Uji Normalitas .....  | 84         |
| 4.2.4 Analisis Korelasi .....   | 84         |
| 4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana .....   | 86         |
| 4.2.6 Hasil Uji Hipotesis .....   | 87         |
| 4.2.7 Koefisien Determinasi .....   | 88         |
| 4.3 Pembahasan .....  | 89         |
| 4.3.1 Variabel Video Advertising (X) .....  | 89         |
| 4.3.2 Variabel Respon Afektif Khalayak(Y) .....   | 92         |
| 4.3.3 Hubungan Video Advertising dengan Respon Afektif Khalayak .....   | 94         |
| 4.3.4 Pengaruh Video Advertising terhadap Respon Afektif Khalayak .....   | 95         |
| <b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>   | <b>97</b>  |
| 5.1 Kesimpulan .....  | 97         |
| 5.2 Saran .....   | 98         |
| 5.2.1 Bidang Akademis .....   | 98         |
| 5.2.2 Bidang Praktis .....  | 98         |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>   | <b>99</b>  |
| <b>LAMPIRAN .....</b>   | <b>103</b> |