

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.2. Latar Belakang	2
1.3. Rumusan Masalah	10
1.4. Pertanyaan Penelitian	11
1.5. Tujuan Penelitian.....	12
1.6. Manfaat Penelitian.....	12
1.7. Sistematika Penulisan.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1. Perilaku Konsumen	14
2.2. Faktor Psikologis Perilaku Konsumen	14
2.3. <i>Theory of Reasoned Action</i>	16
2.4. <i>Behavior</i>	17
2.5. <i>Intention</i>	18
2.6. <i>Flow</i>	18
2.7. <i>Attitude</i>	19
2.8. <i>Attitude Component</i>	19
2.9. Iklan.....	20
2.10. Konten Pesan Iklan	21
2.10.1. <i>Entertainment</i>	21
2.10.2. <i>Informativeness</i>	22
2.10.3. <i>Irritation</i>	23
2.10.4. <i>Credibility</i>	23

2.11.	Penelitian Terdahulu	24
2.12.	Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODE PENELITIAN.....		32
3.1.	Karakteristik Penelitian	32
3.2.	Alat Pengumpulan Data.....	33
3.2.1.	Variabel Operasional.....	34
3.3.	Skala Pengukuran	37
3.4.	Tahapan Pelaksanaan Penelitian	38
3.5.	Populasi dan Sampel	40
3.5.1.	Populasi	40
3.5.2.	Sampel.....	40
3.5.3.	Teknik Sampling	41
3.6.	Pengumpulan Data dan Sumber Data.....	41
3.6.1.	Jenis dan Sumber Data.....	41
3.7.	Validitas dan Reliabilitas.....	42
3.7.1.	Uji Validitas	42
3.7.2.	Uji Reliabilitas	44
3.8.	Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	45
3.8.1.	Analisis Deskriptif	45
3.8.2.	<i>Structural Equation Model (SEM)</i>	47
3.8.2.1.	Perbedaan CB-SEM dan VB -SEM	47
3.8.2.2.	Uji Normalitas.....	49
3.8.2.3.	<i>Measurement Model Analysis</i>	51
3.8.2.4.	<i>Structural Model Analysis</i>	51
3.8.3.	Uji Hipotesis	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1.	Karakteristik Responden	54
4.1.1.	Screening Question Pengguna YouTube	54
4.1.2.	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.1.3.	Karakteristik Berdasarkan Usia.....	56
4.2.	Analisis Deskriptif.....	57
4.2.1.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Entertainment</i>	57
4.2.2.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Informativeness</i>	58
4.2.3.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Irritation</i>	60

4.2.4.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Credibility</i>	61
4.2.5.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Attitudes</i>	62
4.2.6.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Intention</i>	62
4.2.7.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Flow</i>	63
4.2.8.	Tanggapan Responden Terhadap <i>Behavior</i>	65
4.3.	Analisis CB-SEM.....	66
4.3.1.	Persiapan Analisis CB-SEM	66
4.3.2.	<i>Measurement Model</i>	72
4.3.2.1.	<i>Convergent Validity</i>	72
4.3.2.2.	<i>Discriminant Validity</i>	73
4.3.3.	<i>Structural Model</i>	75
4.4.	Uji Hipotesis.....	77
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	78
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1.	Kesimpulan.....	84
5.2.	Saran	85
5.2.1.	Saran untuk YouTube (Aspek Praktis)	85
5.2.2.	Saran untuk Penelitian Selanjutnya (Aspek Teoritis)	86
DAFTAR PUSTAKA	87