

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1    Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.1.1    Profil Perusahaan .....	1
1.1.2    Visi Misi Perusahaan .....	2
1.1.3    Bidang Usaha .....	3
1.2    Latar Belakang .....	5
1.3    Fokus Penelitian .....	22
1.4    Identifikasi Masalah .....	23
1.5    Tujuan Penelitian.....	23
1.6    Manfaat Penelitian.....	23
1.6.1    Manfaat Teori.....	23
1.6.2    Manfaat Praktis .....	23
1.7    Jadwal Penelitian .....	24
BAB II.....	25
TINJAUAN PUSTAKA .....	25
2.1    Tinjauan Teori .....	25
2.1.1    Komunikasi Pemasaran.....	25
2.1.2    Iklan.....	28
2.1.3    Kreativitas Iklan .....	28

2.1.4	Digital Marketing .....	29
2.1.5	Youtube .....	31
2.1.6	Persepsi .....	32
2.2	Penelitian Terdahulu .....	35
2.2.1	Skripsi .....	35
2.2.2	Jurnal Nasional .....	39
2.2.3	Jurnal Internasional .....	42
2.3	Kerangka Pemikiran .....	46
<b>BAB III</b>	.....	<b>47</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>47</b>
3.1	Jenis Penelitian Objek Penelitian .....	47
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	47
3.2.1	Variabel Operasional .....	47
3.2.2	Skala Pengukuran .....	53
3.3	Populasi dan Sampel .....	54
3.3.1	Populasi .....	54
3.3.2	Sampel .....	54
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.4.1	Jenis Data .....	56
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	58
3.5.1	Uji Validitas .....	58
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	60
3.6	Method of Successive Interval (MSI) .....	63
3.7	Teknik Analisa Data .....	64
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	64
3.7.2	Uji Normalitas .....	66
3.7.3	Analisis Korelasi .....	66
3.7.4	Uji Regresi Linier Sederhana .....	67
3.7.5	Uji Koefisien Determinasi .....	68
3.7.6	Uji Hipotesis (Uji T) .....	69
<b>BAB IV</b>	.....	<b>71</b>

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	71
4.1 Analisis Karakteristik Responden .....	71
4.1.1 Screening Question .....	71
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	73
4.2 Hasil Penelitian.....	74
4.2.1 Pernyataan Responden Mengenai Kreativitas Iklan Sasa .....	74
4.2.2 Pernyataan Responden Mengenai Persepsi Masyarakat Terhadap Iklan Sasa.....	78
4.3 Methods of Successive Internal (MSI) .....	80
4.4 Uji Asumsi Klasik .....	80
4.4.1 Uji Normalitas .....	80
4.4.2 Analisis Korelasi .....	81
4.4.3 Koefisien Determinasi.....	83
4.4.4 Regresi Linier Sederhana .....	83
4.4.5 Pengujian Hipotesis (Uji T) .....	85
4.5 Pembahasan .....	86
4.5.1 Pembahasan dan Hasil Penelitian.....	86
4.5.2 Analisis deskriptif mengenai Kreativitas Iklan Sasa.....	87
4.5.3 Analisis deskriptif mengenai Persepsi Masyarakat.....	91
4.5.4 Pengaruh Kreativitas Iklan Sasa “ <i>Welcome Back Micin Swag Generation</i> ” Terhadap Persepsi Masyarakat.....	93
BAB V.....	95
KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran .....	95
5.2.1 Bidang Akademis .....	95
5.2.2 Bidang Praktis .....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	97
LAMPIRAN.....	102