

DAFTAR ISI

| | |
|--|------|
| HALAMAN PENGESAHAN | ii |
| HALAMAN PERNYATAAN..... | iii |
| KATA PENGANTAR | iv |
| ABSTRAK | viii |
| <i>ABSTRACT</i> | ix |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | xv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 1 |
| 1.2 Latar Belakang Masalah..... | 3 |
| 1.3 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.5 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.6 Waktu dan Periode Penelitian..... | 11 |
| BAB II..... | 15 |
| TINJAUAN PUSTAKA..... | 15 |
| 2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian..... | 15 |
| 2.1.1 Komunikasi Pemasaran | 15 |
| 2.1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran | 16 |
| 2.2 Iklan..... | 17 |
| 2.2.1 Elemen Periklanan..... | 18 |
| 2.2.2 Tujuan Iklan | 20 |
| 2.2.3 Media Iklan | 21 |
| 2.2.4 Iklan Internet | 22 |
| 2.3 <i>Brand Image</i> (Citra Merek) | 23 |
| 2.3.1 Definisi <i>Brand</i> (Merek) | 23 |
| 2.3.2 Definisi <i>Image</i> (Citra)..... | 24 |
| 2.3.3 Definisi <i>Brand Image</i> (Citra Merek) | 24 |
| 2.3.4 Pengukuran <i>Brand Image</i> (Citra Merek) | 25 |
| 2.3.5 Pengaruh Iklan Youtube Terhadap <i>Brand Image</i> (Citra Merek) | 26 |
| 2.4 Kerangka Pemikiran..... | 27 |
| 2.5 Hipotesis Penelitian..... | 29 |
| 2.6 Ruang Lingkup Penelitian | 30 |

| | |
|--|----|
| 2.7 Penelitian Terdahulu | 31 |
| 2.7.1 Skripsi | 31 |
| 2.7.2 Jurnal Nasional | 37 |
| 2.7.3 Jurnal International | 42 |
| BAB III..... | 47 |
| METODE PENELITIAN | 47 |
| 3.1 Jenis Penelitian..... | 47 |
| 3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran | 47 |
| 3.2.1 Operasional Variabel | 47 |
| 3.2.2 Skala Pengukuran | 53 |
| 3.3 Populasi dan Sampel | 54 |
| 3.3.1 Populasi..... | 54 |
| 3.3.2 Sampel | 55 |
| 3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel | 56 |
| 3.4 Pengumpulan Data | 57 |
| 3.4.1 Jenis Data | 57 |
| 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 | 61 |
| 3.6 Uji Metode Successive Interval (MSI) | 63 |
| 3.7 Teknik Analisis Data | 64 |
| 3.7.1 Statistik Deskriptif / Analisis Deskriptif..... | 64 |
| 3.7.2 Uji Normalitas | 66 |
| 3.7.3 Uji Regresi Linier Sederhana | 66 |
| 3.7.4 Uji Koefisien Determinasi | 67 |
| 3.7.5 Uji Hipotesis | 67 |
| BAB IV | 69 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 69 |
| 4.1 Pengumpulan Data | 69 |
| 4.2 Karakteristik Responden | 70 |
| 4.2.1 Screening Question..... | 70 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 71 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 71 |
| 4.3 Hasil Penelitian | 72 |
| 4.3.1 Analisis Deskriptif..... | 72 |
| 4.3.2 Pernyataan Responden Terhadap Variabel Pengaruh Iklan YouTube Pilih Aman Grab (X) | 74 |
| 4.3.3 Pernyataan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Image</i> (Y)..... | 80 |
| 4.4 Methods of Successive Internal (MSI) | 83 |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik | 83 |
| 4.5.1 Uji Normalitas | 83 |
| 4.5.2 Koefisien Determinasi | 84 |
| 4.5.3 Regresi Linier Sederhana..... | 85 |

| | |
|--|-----|
| 4.5.4 Pengujian Hipotesis (Uji T) | 87 |
| 4.6 Pembahasan Hasil Penelitian | 88 |
| 4.6.1 Analisis Deskriptif Mengenai Iklan YouTube Pilih Aman Grab | 90 |
| 4.6.2 Analisis Deskriptif Mengenai <i>Brand Image</i> Grab Indonesia..... | 91 |
| 4.6.3 Pengaruh Iklan YouTube Pilih Aman Grab Terhadap <i>Brand Image</i> Grab Indonesia | 91 |
| BAB V..... | 93 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 93 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 93 |
| 5.2 Saran..... | 93 |
| 5.2.1 Bidang Akademis | 93 |
| 5.2.2 Bidang Praktis | 94 |
| DAFTAR PUSTAKA | 95 |
| LAMPIRAN | 100 |