

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.5 Waktu Dan Periode Penelitian.....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Tinjauan Teori	17
2.1.1 Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.2 Iklan	19
2.1.3 Iklan Di Youtube	21
2.1.4 Perilaku Konsumen.....	22
2.1.5 Minat Beli	23
2.2 Penelitian Terdahulu.....	25
2.3 Kerangka Pemikiran	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Operasionalisasi Variabel Dan Skala Pengukuran	36
3.2.1 Operasionalisasi Variabel	36

3.2.2 Skala Pengukuran	39
3.3 Populasi Dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi.....	39
3.3.2 Sampel	40
3.4 Pengumpulan Data.....	42
3.4.1 Sumber Pengumpulan Data	42
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.5 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	44
3.5.1 Uji Validitas.....	44
3.5.2 Uji Reliabilitas	46
3.6 Teknik Analisis Data	47
3.6.1 Analisis Deskriptif	47
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	49
3.6.3 Analisis Hubungan.....	49
3.6.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	50
3.6.5 Uji Hipotesis	51
3.6.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Analisis Karakteristik Responden	53
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	55
4.2 Hasil Penelitian.....	56
4.2.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel X (Iklan)	56
4.2.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel Y (Minat Beli).....	61
4.2.3 Hasil Analisis Hubungan	68
4.2.4 Uji Asumsi Klasik.....	69
4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	70
4.2.6 Hasil Uji Hipotesis.....	71
4.2.7 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	72
4.3 Pembahasan.....	73
4.3.1 Karakteristik Responden.....	73

4.3.2 Variabel Iklan (X).....	74
4.3.3 Variabel Minat Beli (Y).....	75
4.3.4 Pengaruh Iklan Terhadap Minat Beli.....	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	79
5.2.1 Saran Akademis.....	79
5.2.2 Saran Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA.....	81
LAMPIRAN.....	84