

## DAFTAR ISI

DAFTAR ISI .....	i
DAFTAR TABEL .....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB 1 .....	1
1.1    Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1    By.U .....	1
1.1.2    Paket By.U .....	2
1.1.3    Visi dan Misi Telkomsel .....	7
1.2    Latar Belakang.....	7
1.3    Rumusan Masalah .....	22
1.4    Tujuan Penelitian.....	22
1.5    Kegunaan Penelitian.....	22
1.5.1    Kegunaan Teoritis .....	22
1.5.2    Kegunaan Praktis .....	22
1.6    Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
1.7    Tahapan dan Waktu Penelitian.....	23
1.8    Sistematika Penulisan.....	23
BAB 2 .....	25
2.1    Tinjauan Pustaka Penelitian .....	25
2.1.1    Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	25
2.1.2    Iklan.....	28
2.1.3    Brand Awareness .....	32
2.1.4    Media Sosial.....	34
2.1.5    Youtube .....	36
2.1.6    Generasi Z.....	37
2.2    Penelitian Terdahulu.....	37
2.2.1    Skripsi .....	38
2.2.2    Jurnal Nasional.....	41
2.2.3    Jurnal Internasional .....	45
2.3    Kerangka Pemikiran .....	48

2.4	Hipotesis Penelitian .....	49
2.5	Ruang Lingkup Penelitian .....	49
BAB 3	.....	51
3.1	Jenis Penelitian .....	51
3.2	Variabel Operasional .....	51
3.2.1	Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	51
3.2.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	52
3.3	Skala Pengukuran .....	55
3.4	Populasi dan Sampel.....	56
3.4.1	Populasi .....	56
3.4.2	Sampel.....	57
3.4.3	Teknik Sampling .....	58
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	58
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	59
3.6.1	Uji Validitas .....	59
3.6.2	Uji Realibilitas .....	60
3.7	Teknik Analisi Data.....	61
3.7.1	Analisis Deskriptif .....	62
3.7.2	Uji Method of Succesive Interval (MSI).....	63
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana .....	65
3.7.5	Uji Hipotesis.....	65
3.7.6	Analisis Korelasi .....	66
3.7.7	Koefisien Deteminasi .....	67
BAB 4	.....	68
4.1	Analisis Deskriptif.....	68
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	69
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	70
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	71
4.1.5	Karakteristik Responden Pengguna Aktif Media Sosial Youtube ..	72

4.1.6	Karakteristik Responden Pernah Melihat Iklan By.U “Iya Juga Ya” Melalui Media Sosial Youtube .....	73
4.1.7	Tanggapan Responden Mengenai Iklan (X) Youtube “Iya Juga Ya” 73	
4.1.8	Tanggapan Responden Mengenai Brand Awareness (Y) .....	80
4.2	Pengaruh Iklan Youtube “Iya Juga Ya” Terhadap Brand Awareness Produk By.U .....	88
4.2.1	Uji Asumsi Klasik .....	88
4.2.2	Uji Regresi Linier Sederhana .....	90
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	91
4.2.4	Analisis Korelasi .....	92
4.2.5	Koefisien Determinasi.....	92
4.3	Pembahasan .....	93
BAB 5	.....	95
5.1	Kesimpulan.....	95
DAFTAR PUSTAKA	.....	97
LAMPIRAN	.....	102