

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
Halaman.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
Halaman.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 Profil Eiger Adventure.....	1
1.1.2 Logo Eiger Adventure.....	1
1.1.3 Iklan “Capture & Win Giveaway” Eiger Adventure.....	2
1.2 Latar Belakang.....	4
1.3 Identifikasi Masalah.....	11
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Kegunaan Penelitian.....	11
1.4.1 Kegunaan Praktis.....	11
1.4.2 Kegunaan Akademis.....	11
1.6 Waktu dan Periode Penelitian.....	12
BAB 2.....	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Rangkuman Teori.....	13
2.1.1 Komunikasi.....	13
2.1.2 Iklan.....	13
2.1.4 Instagram.....	20
2.1.4 Sikap Pada Merek.....	21
2.1.5 Hirarki Model Efek.....	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	24
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34
2.4 Hipotesis Penelitian.....	35
2.5 Ruang Lingkup Penelitian.....	36
BAB 3.....	37

METODE PENELITIAN.....	37
3.1 Jenis Penelitian.....	37
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	37
3.2.1 Operasional Variabel.....	37
3.2.2 Skala Pengukuran.....	40
3.3 Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	42
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5 Uji Validitas dan Reabilitas.....	45
3.5.1 Uji Validitas.....	45
3.5.2 Uji Reliabilitas.....	47
3.6 Teknik Analisis Data.....	48
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	48
3.6.2 Uji Normalitas.....	49
3.6.3 Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	50
3.6.4 Uji Hipotesis.....	51
3.6.5 Uji Regresi Linier Sederhana.....	52
3.6.6 Koefisien Determinasi.....	52
BAB 4.....	54
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1 Pengumpulan Data.....	54
4.2 Karakteristik Responden.....	54
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	54
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili.....	55
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.3 Data Berdasarkan Screening Question.....	57
4.4 Hasil Penelitian.....	58
4.4.1 Analisis Deskriptif.....	58
4.4.2 Uji Normalitas.....	79
4.4.3 Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	81
4.4.4 Uji Hipotesis.....	81
4.4.5 Uji Regresi Linier Sederhana.....	82
4.4.6 Uji Koefisien Determinasi.....	84
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian.....	85
4.5.1 Pembahasan Variabel X (Iklan Video Eiger “Capture & Win Giveaway”).....	85
4.5.2 Pembahasan Variabel Sikap Konsumen.....	87
4.5.3 Pengaruh Iklan Video “Capture & Win Giveaway” Terhadap Sikap Konsumen Pada Merek Eiger.....	91
BAB 5.....	93
KESIMPULAN DAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93

5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Praktis.....	93
5.2.2 Saran Akademis .....	94
DAFTAR PUSTAKA .....	95
LAMPIRAN .....	100