

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 QRIS	1
1.1.2 Jenis QRIS	3
1.1.3 Mekanisme Pembayaran QRIS.....	4
1.1.4 QRIS Bagi Konsumen.....	5
1.2 Latar Belakang	5
1.3 Fokus Penelitian	16
1.4 Perumusan Masalah	17
1.5 Tujuan Penelitian	17
1.6 Kegunaan Penelitian.....	18
1.6.1 Kegunaan Teoritis	18
1.6.2 Praktis	19
1.7 Tahapan dan Waktu Penelitian.....	19
1.8 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	21
2.1.1 Komunikasi.....	21
2.1.2 Teori Lasswell.....	21
2.1.3 Pemasaran	22
2.1.4 Bauran Pemasaran.....	24
2.1.5 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	25
2.1.6 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	26
2.1.7 Iklan	28

2.1.8	Daya Tarik Iklan	31
2.	Tujuan komunikasi Pemasaran.....	31
2.1.10	Media Iklan	33
2.1.11	Media Sosial.....	35
2.1.12	Youtube.....	36
2.1.13	Komponen Iklan.....	36
2.1.14	Presepsi Pengguna.....	38
2.1.15	Proses Pembentukan Persepsi	41
2.1.16	Stimulus Organism Respon (S-O-R)	45
2.1.17	Stimulus Respon (S-R).....	45
2.2	Penelitian Terdahulu	47
2.2.1	Jurnal Nasional.....	47
2.2.2	Jurnal Internasional	52
2.2.3	Skripsi	58
2.3	Kerangka Pemikiran.....	62
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		64
3.1	Jenis Penelitian.....	64
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran.....	65
3.2.1	Operasionalisasi Variabel.....	65
3.2.2	Skala Pengukuran.....	71
3.3	Populasi dan Sampel	72
3.3.1	Populasi.....	73
3.3.2	Sampel	73
3.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	75
3.4.1	Jenis Data.....	75
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	76
3.4	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	76
3.5.1	Uji Validitas	76
3.6	Teknik Analisa Data.....	83
3.6.1	Analisa Deskriptif	84
3.6.3	Uji Asumsi Klasik.....	87
3.6.4	Analisis Korelasi	89
3.6.6	Uji Regresi Linier Sederhana	92
3.2	Pengujian Hipotesis.....	93
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		95

4.1 Analisis Karakteristik Responden	95
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	95
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	96
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	97
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Provinsi Responden	98
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	99
4.2 Screening Question	100
4.2 Hasil Penelitian	102
4.2.1 Analisis Data Deskriptif	102
4.2.2 Tanggapan Responden Terhadap Variabel (Y) Persepsi Pengguna.....	113
4.3 Uji Asumsi Klasik	131
4.3.1 Uji Normalitas	131
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	133
4.4 Analisis Korelasi	133
4.4.2 Koefisien Determinasi	135
4.4.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	136
4.6 Pengujian Hipotesis.....	137
4.6 Uji T (Uji Parsial)	137
4.7 Pembahasan Hasil Penelitian.....	138
4.7.3 Pembahasan Variabel Iklan Youtube (X)	138
4.7.2 Analisis Deskriptif Mengenai Persepsi Pengguna QRIS (Y).....	140
4.7.4 Seberapa Besar Pengaruh Iklan Youtube Bank BCA Versi #DibikinSimpel Terhadap Persepsi Pengguna QRIS	144
BAB V SARAN DAN KESIMPULAN	145
5.1 Kesimpulan	145
5.2 Saran	145
5.2.1 Bidang Akademis	146
5.2.2 Bidang Praktis	146
DAFTAR PUSTAKA.....	147
LAMPIRAN	155