

## DAFTAR ISI

|   |       |
|---|-------|
| HALAMAN JUDUL .....                               | i     |
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                          | ii    |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                          | iii   |
| HALAMAN PERNYATAAN .....                          | iv    |
| HALAMAN MOTTO.....                                | v     |
| HALAMAN PERSEMBAHAN .....                         | vi    |
| KATA PENGANTAR .....                              | vii   |
| DAFTAR ISI.....                                   | x     |
| DAFTAR TABEL.....                                 | xiii  |
| DAFTAR GAMBAR .....                               | xvi   |
| ABSTRAK.....                                      | xvii  |
| <i>ABSTRACT</i> .....                             | xviii |
| BAB I PENDAHULUAN .....                           |       |
| 1.1. Latar Belakang .....                         | 1     |
| 1.2. Rumusan Masalah .....                        | 8     |
| 1.3. Tujuan Penelitian.....                       | 9     |
| 1.4. Manfaat Penelitian.....                      | 9     |
| 1.5. Kerangka Teori.....                          | 10    |
| 1.5.1. Teori AIDA .....                           | 10    |
| 1.5.2. Teori <i>New Media</i> .....               | 12    |
| 1.5.3. <i>Interactive Advertising Model</i> ..... | 14    |
| 1.6. Hipotesis.....                               | 18    |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....                     |       |
| 2.1. Periklanan.....                              | 20    |
| 2.1.1. Komunikasi Periklanan .....                | 21    |
| 2.1.2. Efektivitas Periklanan.....                | 22    |
| 2.2. Media Beriklan.....                          | 24    |
| 2.2.1. Media Interaktif Periklanan.....           | 25    |
| 2.3. Media Internet .....                         | 26    |
| 2.3.1. Iklan Di Internet .....                    | 29    |
| 2.3.2. <i>YouTube</i> .....                       | 31    |

|  |    |
|--|----|
| 2.3.3. <i>Web Series</i> Sebagai Media Beriklan .....                                    | 32 |
| 2.4. Keputusan Pembelian .....   | 34 |
| 2.5. Penelitian Terdahulu.....   | 36 |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>   |    |
| 3.1. Jenis Penelitian .....  | 40 |
| 3.2. Variabel Penelitian .....   | 41 |
| 3.3. Definisi Konseptual.....  | 41 |
| 3.4. Definisi Operasional.....   | 42 |
| 3.5. Sumber Data .....   | 46 |
| 3.5.1. Data Primer.....  | 47 |
| 3.5.2. Data Sekunder .....   | 48 |
| 3.6. Populasi dan Sampel .....   | 48 |
| 3.6.1. Populasi .....  | 48 |
| 3.6.2. Sampel.....   | 48 |
| 3.6.3. Metode Sampling .....   | 50 |
| 3.7. Teknik Pengumpulan Data .....   | 50 |
| 3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas .....  | 51 |
| 3.8.1. Uji Validitas .....   | 51 |
| 3.8.2. Uji Reliabilitas.....   | 53 |
| 3.9. Analisis Data .....   | 54 |
| 3.9.1. Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> .....                                     | 55 |
| 3.9.2. Analisis Regresi Linier Sederhana .....   | 56 |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>                                       |    |
| 4.1. Deskripsi Perusahaan .....  | 57 |
| 4.1.1. Produk Tropicana Slim.....  | 59 |
| 4.2. Deskripsi <i>Web Series</i> “ <i>Sore: Istri Dari Masa Depan</i> ” .....            | 61 |
| 4.2.1. Iklan Produk Dalam <i>Web Series</i> “ <i>Sore: Istri Dari Masa Depan</i> ” ..... | 63 |
| 4.3. Deskripsi Karakteristik Responden .....   | 66 |
| 4.3.1. Deskripsi Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....                               | 66 |
| 4.3.2. Deskripsi Berdasarkan Umur Responden.....   | 67 |
| 4.3.3. Deskripsi Berdasarkan Status Profesi Responden.....                               | 68 |
| 4.3.4. Deskripsi Berdasarkan Pemasukan Per Bulan Responden .....                         | 69 |
| 4.4. Deskripsi Hasil Penelitian .....  | 70 |
| 4.4.1. Variabel <i>Interactive Advertising Model</i> .....                               | 72 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.4.2. Variabel Keputusan Pembelian .....           | 88  |
| 4.5. Pengujian Hipotesis .....                      | 106 |
| 4.5.1 Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> ..... | 106 |
| 4.5.2 Analisis Regresi Linier Sederhana .....       | 108 |
| 4.6. Pembahasan .....                               | 112 |
| BAB V PENUTUP .....                                 |     |
| 5.1. Kesimpulan.....                                | 120 |
| 5.2. Saran.....                                     | 123 |
| DAFTAR PUSTAKA                                      |     |
| LAMPIRAN  |     |