

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Teori.....	9
1.5.1 Teori S-O-R	9
1.5.2 Terpaan Media (<i>Media Exposure</i>).....	11
1.5.3 Teori Advertising Exposure Rajeev Batra, John Mayer, David Aaker ...	12
1.6 Hipotesis.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Periklanan.....	15
2.1.1 Penjelsasan Periklanan.....	15
2.1.2 Manfaat Iklan.....	15
2.1.3 Jenis – Jenis Iklan	17
2.1.4 Ragam <i>Internet Advertising</i>	17
2.2 Terpaan Media.....	18

2.3	Periklanan di Internet	19
2.4	Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III METODE PENELITIAN		24
3.1	Jenis Penelitian	24
3.2	Subjek dan Objek Penelitian.....	25
3.3	Sumber Data	25
3.4	Lokasi Penelitian	27
3.5	Populasi.....	27
3.6	Sampel dan Teknik Sampel	27
3.7	Teknik Pengumpulan Data	29
3.8	Variabel Penelitian.....	30
3.9	Definisi Konseptual	31
3.10	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	34
3.11	Teknik analisis data	39
BAB IV		42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Deskripsi DBS	42
4.2	Deskripsi Wilayah Penelitian	43
4.3	Deskripsi Karakteristik Responden	44
4.3.1	Usia	45
4.3.2	Pekerjaan.....	47
4.3.3	Tingkat Pendidikan.....	48
4.4	Deskripsi Variabel.....	49
4.4.1	Variabel Pengaruh Terpaan Iklan Webseries “SPARKS”	49
4.4.2	Variabel Minat Membuka Rekening	68
4.5	Analisis Korelasi	86
4.6	Analisis Regresi Linier Sederhana	88
4.7	Uji Normalitas	90
4.8	Uji Hipotesis.....	92
4.9	Pembahasan Hasil Peneliatian.....	93

BAB IV PENUTUP	95
6.1 Kesimpulan.....	95
6.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3. 1 Tabel Validitas Variabel X	35
Tabel 3. 2 Tabel Validitas Variabel Y	37
Tabel 3. 3 Reliability Statistic Variabel X	39
Tabel 3. 4 Reliability Statistic Variabel Y	39
Tabel 4. 1 Usia Penonton Web Series SPARK	45
Tabel 4. 2 Pekerjaan Penonton Web Series SPARK	47
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan Penonton SPARKS	48
Tabel 4. 4 Pernyataan XIB Indikator Frekuensi	51
Tabel 4. 5 Pernyataan XIC Indikator Frekuensi	52
Tabel 4.6 Pernyataan XID Indikator Frekuensi	54
Tabel 4.7 Pernyataan X2A Indikator Durasi	55
Tabel 4. 8 Pernyataan X2B Indikator Durasi	57
Tabel 4.9 Pernyataan X2C Indikator Durasi	59
Tabel 4.10 Pernyataan X3A Indikator Intensitas	61
Tabel 4. 11 Pernyataan X3B Indikator Intensitas	63
Tabel 4.12 Pernyataan X3C Indikator Intensitas	65
Tabel 4.13 Pernyataan X3D Indikator Intensitas	67
Tabel 4.14 Pernyataan Y1A Indikator Transaksional	69
Tabel 4.15 Pernyataan YIB Indikator Transaksional	71
Tabel 4.16 Pernyataan YIC Indikator Transaksional	72
Tabel 4.17 Pernyataan YID Indikator Transaksional	74
Tabel 4.18 Pernyataan YIE Indikator Transaksional	75
Tabel 4.19 Pernyataan YIF Indikator Transaksional	76
Tabel 4.20 Pernyataan Y3A Indikator Prefensial	78
Tabel 4.21 Pernyataan Y3B Indikator Prefensial	80
Tabel 4.22 Pernyataan Y4A Indikator Referensial	81
Tabel 4.23 Pernyataan Y2B Indikator Referensial	83
Tabel 4.24 Pernyataan Y4C Indikator Indikator Referensial	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2019	3
Gambar 1. 2	Channel Youtube Bank DBS Indonesia	6
Gambar 1. 3	Web Series SPARKS	6
Gambar 1. 4	Model S-O-R	10
Gambar 3. 1	Variabel Penelitian	34
Gambar 4. 1	Uji Korelasi	86
Gambar 4. 2	Model Summary Uji Regresi.....	88
Gambar 4. 3	Koefisien Uji Regresi	88
Gambar 4. 4	Uji Normalitas	91
Gambar 4. 5	Uji F.....	92
Gambar 4. 6	Koefisien Nilai T.....	93