

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Penelitian Terdahulu.....	8
2.2. Kajian Teoritis	15
2.2.1. Teori Stimulus Respons	15
2.2.2. Promosi	17
2.2.3. Iklan	18
2.2.4. Media iklan	21
2.2.5. Iklan Online.....	24
2.2.6. Iklan Webseries.....	27
2.2.7. Perilaku Konsumen	28
2.2.8. Keputusan Pembelian.....	29
2.2.9. AISAS	35
2.3. Hipotesis Teori	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Paradigma Penelitian.....	38

3.2.	Metode Penelitian.....	38
3.3.	Populasi dan Sampel	39
3.3.1.	Populasi.....	39
3.3.2.	Sampel.....	40
3.3.3.	Teknik Penarikan Sampel	40
3.4.	Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	41
3.4.1.	Definisi Konsep.....	41
3.4.2.	Operasionalisasi Konsep	41
3.5.	Teknik Pengumpulan Data	43
3.6.	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	43
3.6.1.	Uji Validitas	43
3.6.2.	Uji Reliabilitas	44
3.7.	Teknik Analisis Data	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1.	Sejarah Umum Grab.....	48
4.1.2.	Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3.	Layanan.....	49
4.1.4.	Gambaran Iklan Webseries Grab “Jodoh Itu Dekat”	50
4.1.5.	Logo Perusahaan	52
4.2.	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1.	Uji Validitas	53
4.2.2.	Uji Reliabilitas	54
4.2.3.	Karakteristik Responden	56
4.2.4.	Hasil Penelitian Variabel X.....	57
4.2.5.	Hasil Penelitian Variabel Y	64
4.2.6.	Uji Korelasi	69
4.2.7.	Uji Regresi Linear Sederhana	70
4.2.8.	Uji Hipotesis Statistik	72
4.2.9.	Uji Koefisien Determinasi.....	72
4.3.	Pembahasan	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77

5.1. Kesimpulan.....	77
5.2. Saran.....	78
5.2.1. Saran Akademis	78
5.2.2. Saran Praktis	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	84

