

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Halaman Pernyataan Persetujuan Akademis.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Abstrak .....	viii
Daftar isi.....	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	1
1.1.1 LINE .....	1
1.1.2 YouTube .....	2
1.2 Latar Belakang Penelitian.....	3
1.3 Perumusan Masalah .....	10
1.4 Tujuan Penelitian .....	11
1.5 Kegunaan Penelitian .....	11
1.6 Sistematika Penulisan .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN</b> .....	13
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian.....	13
2.1.1 Integrated Marketing Comunication (IMC).....	13
2.1.2 Iklan .....	14
2.1.4 Social Media .....	15
2.1.5 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.5.1 Keputusan Pembelian.....	17
2.1.6 AIDMA.....	18
2.1.7 AISAS.....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran .....	36
2.4 Ruang Lingkup Penelitian .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	37

3.1 Jenis Penelitian .....	37
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran.....	37
3.2.1 Variabel Operasional .....	37
3.2.2 Skala Pengukuran .....	43
3.3 Tahapan Penelitian.....	44
3.4 Populasi dan Sampel.....	44
3.4.1 Populasi.....	44
3.4.2 Sampel .....	45
3.4.3 Teknik Pengambilan Sampel .....	45
3.5 Pengumpulan Data.....	46
3.5.1 Jenis Data.....	46
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data .....	47
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
3.6.1 Uji Validitas.....	48
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.6.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	50
3.7 Teknik Analisis Data .....	51
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden .....	53
4.1.1 Data Responden .....	53
4.2 Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Attention.....	55
4.2.1 Hasil Analisis Persepsi Mengenai Attention .....	58
4.3 Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Interest.....	59
4.3.1 Hasil Analisis Persepsi Mengenai Interest .....	60
4.4 Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Search.....	62
4.4.1 Hasil Analisis Persepsi Mengenai Search.....	63
4.5 Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Action.....	65
4.5.1 Hasil Analisis Persepsi Mengenai Action.....	67
4.6 Analisis Deskriptif Persepsi Mengenai Share.....	68
4.6.1 Hasil Analisis Persepsi Mengenai Share .....	70
4.7 Pembahasan .....	72
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	79
5.1 Kesimpulan .....	79

5.2 Saran .....	80
5.2.1 LINE Indonesia.....	80
5.2.2 Akademi .....	80
Daftar Pustaka .....	81
Lampiran .....	85