

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR.....	v
BAB 1	1
1.1 Gambaran Objek Penelitian.....	1
1.1.1 By.U	1
1.1.2 Paket By.U	2
1.1.3 Visi dan Misi Telkomsel	7
1.2 Latar Belakang.....	7
1.3 Rumusan Masalah	22
1.4 Tujuan Penelitian.....	22
1.5 Kegunaan Penelitian.....	22
1.5.1 Kegunaan Teoritis	22
1.5.2 Kegunaan Praktis	22
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	22
1.7 Tahapan dan Waktu Penelitian.....	23
1.8 Sistematika Penulisan.....	23
BAB 2	25
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	25
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Terpadu.....	25
2.1.2 Iklan.....	28
2.1.3 Brand Awareness	32
2.1.4 Media Sosial.....	34
2.1.5 Youtube	36
2.1.6 Generasi Z.....	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	37
2.2.1 Skripsi	38
2.2.2 Jurnal Nasional.....	41
2.2.3 Jurnal Internasional	45
2.3 Kerangka Pemikiran	48

2.4	Hipotesis Penelitian	49
2.5	Ruang Lingkup Penelitian	49
BAB 3	51
3.1	Jenis Penelitian	51
3.2	Variabel Operasional	51
3.2.1	Variabel Independen (Variabel Bebas)	51
3.2.2	Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	52
3.3	Skala Pengukuran	55
3.4	Populasi dan Sampel.....	56
3.4.1	Populasi	56
3.4.2	Sampel.....	57
3.4.3	Teknik Sampling	58
3.5	Teknik Pengumpulan Data	58
3.6	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	59
3.6.1	Uji Validitas	59
3.6.2	Uji Realibilitas	60
3.7	Teknik Analisi Data.....	61
3.7.1	Analisis Deskriptif	62
3.7.2	Uji Method of Succesive Interval (MSI).....	63
3.7.3	Uji Asumsi Klasik.....	64
3.7.4	Analisis Regresi Linier Sederhana	65
3.7.5	Uji Hipotesis.....	65
3.7.6	Analisis Korelasi	66
3.7.7	Koefisien Deteminasi	67
BAB 4	68
4.1	Analisis Deskriptif.....	68
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	68
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	69
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	70
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	71
4.1.5	Karakteristik Responden Pengguna Aktif Media Sosial Youtube ..	72

4.1.6	Karakteristik Responden Pernah Melihat Iklan By.U “Iya Juga Ya” Melalui Media Sosial Youtube	73
4.1.7	Tanggapan Responden Mengenai Iklan (X) Youtube “Iya Juga Ya” 73	
4.1.8	Tanggapan Responden Mengenai Brand Awareness (Y)	80
4.2	Pengaruh Iklan Youtube “Iya Juga Ya” Terhadap Brand Awareness Produk By.U	88
4.2.1	Uji Asumsi Klasik	88
4.2.2	Uji Regresi Linier Sederhana	90
4.2.3	Pengujian Hipotesis.....	91
4.2.4	Analisis Korelasi	92
4.2.5	Koefisien Determinasi.....	92
4.3	Pembahasan	93
BAB 5	95
5.1	Kesimpulan.....	95
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN	102