

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
ABSTRAK.....	ix
BAB 1	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
1.5. Kerangka Penelitian	7
BAB II.....	9
GAMBARAN UMUM PENELITIAN	9
2.1. Kondisi Umum	9
2.2. Tinjauan Pustaka	10
2.1.1. Iklan.....	10
2.1.2. Iklan Online.....	10
2.1.3. YouTube.....	11
2.1.4. Iklan Youtube.....	11
2.1.5. Efektivitas Iklan	13
2.1.6. EPIC Model (Emphaty, Persuasion, Impact, and Communication)	14
2.3. Keaslian Penelitian	16
BAB III	18
METODOLOGI PENELITIAN.....	18
3.1. Desain Penelitian	18
3.2. Teknik Pengumpulan Data	18
3.3. Populasi dan Sampel	18
3.4. Definisi Operasional Variabel	19
3.5. Teknik Analisis Data	21
3.5.1. Uji Validitas	21
3.5.2. Uji Realibilitas	22

3.5.3. Analisis Data	22
BAB IV	26
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	26
4.1. Gambaran Umum Responden.....	26
4.1.1. Jenis Kelamin	26
4.1.2. Usia	26
4.1.3. Tingkat Pendidikan	27
4.1.4. Pekerjaan	28
4.1.5. Pengeluaran per Bulan	28
4.2. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	29
4.2.1. Uji Validitas	29
4.2.2. Uji Reliabilitas	30
4.3. Analisis Efektivitas Iklan dengan EPIC Model.....	31
4.3.1. Dimensi Empati.....	31
4.3.2. Dimensi Persuasi.....	33
4.3.3. Dimensi Dampak.....	35
4.3.4. Dimensi Komunikasi.....	36
5.1.1. EPIC Rate.....	38
BAB V.....	41
KESIMPULAN DAN SARAN.....	41
5.1. Kesimpulan.....	41
5.2. Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	44