

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN DEWAN PENGUJI .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	6
1.3 Batasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Manfaat Penelitian .....	7
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis .....	7
1.6 Sistematis Penulisan.....	7
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori .....	9
2.1.1 Teori S-R (Stimulus Response) .....	9
2.2 Landasan Konsep.....	11
2.2.1 Koten .....	11
2.2.2 Iklan.....	11
2.2.2.1 Tujuan Periklanan .....	12
2.2.2.2 Daya Tarik Iklan .....	13
2.2.3 Media Baru .....	13
2.2.3.1 Media Sosial.....	14
2.2.3.2 YouTube .....	17
2.2.4 Non Tunai (cashless).....	21
2.2.5 Cashless Society.....	21
2.2.6 Perilaku Konsumen .....	23
2.3 Studi Penelitian Terdahulu .....	26
2.4 Kerangka Berpikir .....	34
2.5 Hipotesis .....	36
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Paradigma Penelitian.....	37
3.2. Pendekatan Penelitian .....	38
3.3 Defisini Operasional.....	38

3.4 Metode Penelitian .....	41
3.5 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	42
3.6 Populasi dan Sampel .....	43
3.6.1 Populasi .....	43
3.6.2 Sampel .....	43
3.7 Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.8 Teknik Analisis Data.....	45
3.8.1 Pre Test.....	45
3.8.1.1 Uji Validitas.....	46
3.8.1.2 Uji Reliabilitas .....	47
3.8.2 Main Test.....	48
3.8.2.1 Uji Korelasi.....	48
3.8.2.2 Uji Regresi Linier Sederhana.....	49
3.8.2.3 Uji Koefisien Determinasi .....	50
3.8.4 Uji T .....	51
<b>BAB 4 PEMBAHASAN</b>	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	52
4.1.1 Grab.....	52
4.1.1.1 Logo Perusahaan dan Produk.....	54
4.1.2 Gambaran Umum Viewers Youtube Iklan Grab - #OVOMatis.....	55
4.2 Hasil Penelitian .....	55
4.2.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	55
4.2.1.1 Hasil Uji Validitas .....	55
4.2.1.1.1 Hasil Uji Pretest Validitas Variabel Konten Iklan .....	56
4.2.1.1.2 Hasil Uji Pretest Validitas Variabel Perilaku Konsumen .....	58
4.2.1.1.3 Hasil Uji Maintest Validitas Variabel Konten Iklan .....	60
4.2.1.1.4 Hasil Uji Maintest Validitas Variabel Perilaku Konsumen.....	62
4.2.1.2 Hasil Uji Reliabilitas Pretest.....	65
4.2.1.3 Hasil Uji Reliabilitas Maintest .....	66
4.2.2 Hasil Kuesioner.....	67
4.2.2.1 Karakteristik Responden.....	67
4.2.2.1.1 Jenis Kelamin .....	68
4.2.2.1.2 Usia Responden.....	68
4.2.2.2 Hasil Kuesioner Variabel X.....	69
4.2.2.3 Hasil Kuesioner Variabel Y .....	74
4.2.3 Uji Hipotesis .....	84
4.2.3.1 Analisis Korelasi .....	84
4.2.3.2 Analisis Regresi .....	85
4.2.4 Hipotesis .....	87
4.3 Pembahasan .....	87
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	90
5.2 Saran .....	91
5.2.1 Saran Praktis .....	91