

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	15
1.3 Tujuan Penelitian .....	15
1.4 Manfaat Penelitian .....	16
1.5 Sistematika Penulisan .....	17
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>18</b>
2.1 Landasan Teori .....	18
2.1.1 Komunikasi Pemasaran .....	18
2.1.2 Periklanan.....	18
2.1.3 <i>Branded Entertainment</i> .....	21
2.1.5 <i>Branded Web Series</i> .....	22
2.1.6 <i>Informativeness</i> .....	25
2.1.7 <i>Entertainment</i> .....	25
2.1.8 <i>Credibility</i> .....	26
2.1.9 Nilai Iklan.....	27
2.1.10 Sikap Terhadap Iklan .....	28
2.1.11 Niat Beli .....	299
2.1.12 <i>Flow</i> .....	30
2.1.13 Generasi Milenial .....	30
2.2 Penelitian Terdahulu .....	31
2.2.1 Penelitian Jain G. <i>et al.</i> (2018).....	31
2.2.2 Penelitian Yang K. C. <i>et al.</i> (2017) .....	32
2.3 Kerangka Konseptual.....	33
2.4 Pengembangan Hipotesis dan Model Analisis.....	34
2.4.1 Hubungan antara <i>Informativeness</i> terhadap Nilai Iklan.....	34
2.4.2 Hubungan antara <i>Entertainment</i> terhadap Nilai Iklan.....	355

2.4.3 Hubungan antara <i>Credibility</i> terhadap Nilai Iklan .....	36
2.4.4 Hubungan antara Nilai Iklan pada Sikap Audiens terhadap Iklan .....	37
2.4.5 Hubungan antara Sikap Audiens terhadap Iklan pada Niat Beli .....	37
2.4.6 Hubungan antara <i>Flow</i> terhadap Niat Beli .....	38
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN .....</b>	<b>4040</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	40
3.2 Identifikasi Variabel .....	4040
3.2.1 Variabel Eksogen .....	400
3.2.2 Variabel Endogen .....	411
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	41
3.3.1 Definisi Operasional .....	411
3.3.2 Pengukuran Variabel .....	45
3.4 Jenis dan Sumber Data .....	455
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian .....	455
3.6 Metode Pengumpulan Data .....	466
3.7 Teknik Analisis Data .....	477
3.7.1 Evaluasi Asumsi-Asumsi SEM .....	488
3.7.2 Uji Model Pengukuran .....	499
3.7.3 Uji Model Struktural .....	511
<b>BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>555</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	555
4.2 Karakteristik Responden .....	566
4.2.1 Usia Responden .....	577
4.2.2 Jenis Kelamin Responden .....	588
4.2.3 Tingkat Pendidikan Terakhir Responden .....	588
4.2.4 Pekerjaan Saat Ini Responden .....	599
4.2.5 Pendapatan Per Bulan Responden .....	60
4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden .....	61
4.3.1 Variabel <i>Informativeness</i> .....	622
4.3.2 Variabel <i>Entertainment</i> .....	633
4.3.3 Variabel <i>Credibility</i> .....	644
4.3.4 Variabel <i>Flow</i> .....	655
4.3.5 Variabel Nilai Iklan .....	666
4.3.6 Variabel Sikap Terhadap Iklan .....	677
4.3.7 Variabel Niat Beli .....	677
4.4 Analisis Hasil Penelitian .....	699

4.4.1 Evaluasi Asumsi-Asumsi SEM .....	699
4.4.2 Uji Model Pengukuran .....	722
4.4.3 Uji Model Struktural .....	755
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	822
4.5.1 Pengaruh <i>Informativeness</i> Terhadap Nilai Iklan .....	822
4.5.2 Pengaruh <i>Entertainment</i> Terhadap Nilai Iklan.....	833
4.5.3 Pengaruh <i>Credibility</i> Terhadap Nilai Iklan .....	84
4.5.4 Pengaruh Nilai Iklan Terhadap Sikap Audiens Terhadap Iklan.....	855
4.5.5 Pengaruh Sikap Audiens Terhadap Iklan Pada Niat Beli.....	866
4.5.6 Pengaruh <i>Flow</i> Terhadap Niat Beli .....	877
<b>BAB 5 PENUTUP .....</b>	<b>899</b>
5.1 Simpulan .....	899
5.2 Implikasi Penelitian .....	899
5.2.1 Implikasi Manajerial .....	899
5.2.2 Implikasi Akademis.....	911
5.3 Keterbatasan Penelitian dan rekomendasi Penelitian Selanjutnya.....	922
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>933</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4.2 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Tabel 4.3 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir...	59
Tabel 4.4 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan Saat Ini.....	60
Tabel 4.5 Deskripsi Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	61
Tabel 4.6 Kategori <i>Mean</i> Jawaban Responden.....	62
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Informativeness</i> .....	62
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Entertainment</i> .....	63
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Credibility</i> .....	64
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel <i>Flow</i> .....	65
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Nilai Iklan.....	66
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Sikap Terhadap Iklan.....	67
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Niat Beli.....	68
Tabel 4.14 <i>Standardized Regression Weight (Loading Factor)</i> .....	69
Tabel 4.15 Uji Reliabilitas Konstruk.....	71
Tabel 4.16 Hasil Uji Normalitas Data.....	72
Tabel 4.17 Uji <i>Outlier</i> Data.....	73
Tabel 4.18 Uji Multikolinearitas.....	74
Tabel 4.19 Uji <i>Goodness of Fit Overall Model Fit</i> .....	76
Tabel 4.20 Uji Hipotesis.....	79

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Pengguna Internet Indonesia Tahun 2018 .....	1
Gambar 1.2 Konten Internet (Hiburan) Yang Sering Dikunjungi Di Indonesia Tahun 2018 .....	2
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual.....	33
Gambar 4.1 <i>Full Structural Equation Modelling</i> .....	75

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 2 Data Karakteristik Responden Penelitian.....	103
Lampiran 3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden.....	115
Lampiran 4 <i>Output</i> Analisis.....	123
Lampiran 5 <i>Full Structural Equation Model</i> .....	134