

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penelitian.....	11
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Konsep Pemasaran.....	13
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	16
2.1.3 Periklanan.....	17
2.1.4 YouTube.....	18
2.1.5 <i>Storytelling Marketing</i> .....	20
2.1.6 Struktur Naratif.....	21
2.1.7 <i>Brand Personality</i> .....	22
2.1.8 <i>Emotional Connection</i> .....	24
2.1.9 <i>Awareness of Health</i> .....	25
2.1.10 <i>Purchase Intention</i> .....	26
2.2 Penelitian Sebelumnya.....	28
2.2.1 Penelitian Hsiao, Peng Lu dan Chin Lan (2012).....	28
2.2.2 Penelitian Papadatos (2010).....	30
2.2.3 Penelitian Herskovitz dan Crystal (2010).....	31
2.3 Hubungan antar Variabel.....	32
2.3.1 Struktur Naratif dan <i>Awareness of Health</i> .....	32
2.3.2 <i>Brand Personality</i> dan <i>Awareness of Health</i> .....	34
2.3.3 <i>Emotional Connection</i> dan <i>Awareness of Helth</i> .....	35

2.3.4 <i>Awareness of Health</i> dan <i>Purchase Intention</i> .....	37
2.4 Kerangka Berpikir dan Hipotesis.....	38
<b>BAB 3 METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Pendekatan penelitian.....	40
3.2 Identifikasi variabel.....	40
3.2.1 Variabel eksogen.....	40
3.2.2 Variabel endogen.....	41
3.3 Definisi operasional.....	41
3.3.1 Struktur naratif.....	41
3.3.2 <i>Brand personality</i> .....	42
3.3.3 <i>Emotional connection</i> .....	42
3.3.4 <i>Awareness of health</i> .....	43
3.3.5 <i>Purchase intention</i> .....	43
3.4 Jenis dan sumber data.....	44
3.5 Populasi dan sampel.....	45
3.6 Teknik pengumpulan data.....	46
3.7 Teknik analisis.....	47
3.7.1 <i>Partial least square</i> .....	47
3.7.7.1 Pengukuran <i>outer model</i> .....	48
3.7.7.2 Pengukuran <i>inner model</i> .....	49
3.7.2 Uji hipotesis.....	50
3.7.3 Alasan menggunakan PLS .....	50
<b>BAB 4 HASIL DAN ANALISIS</b>	
4.1 Gambaran Umum Penelitian.....	52
4.1.1 Tropicana Slim Stevia.....	52
4.1.2 Webseries Sore.....	52
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Penelitian.....	53
4.2.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	58
4.3 Analisis Model dan Pengujian.....	63
4.3.1 Estimasi Pengukuran Outer Model.....	64
4.3.1.1 Validitas.....	65
4.3.1.2 <i>Discriminant Validity</i> .....	66
4.3.1.3 Uji Reabilitas.....	67

4.3.2 Estimasi Pengukuran Inner Model.....	68
4.3.3 Uji Hipotesis.....	69
4.4 Pembahasan.....	72
4.4.1 Pengaruh Struktur Naratif terhadap <i>Awareness of Health</i> .....	72
4.4.2 Pengaruh <i>Brand Personality</i> terhadap <i>Awareness of Health</i> .....	73
4.4.3 Pengaruh <i>Emotional Connection</i> terhadap <i>Awareness of Health</i> .....	74
4.4.4 Pengaruh <i>Awareness of Health</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	76
<b>BAB 5 PEMBAHASAN</b>	
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran bagi Praktisi.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	85