

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS.....	i
SURAT PERNYATAAN UNTUK TESIS.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR/GRAFIK.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>A. LATAR BELAKANG</b> .....	1
<b>B. RUMUSAN MASALAH</b> .....	3
<b>C. TUJUAN PENELITIAN</b> .....	5
<b>D. MANFAAT PENELITIAN</b> .....	7
<b>BAB II</b> .....	8
<b>A. GAMBARAN UMUM TEORI</b> .....	8
<b>B. DEFINISI DARI PENEMPATAN PRODUK DAN VARIABEL-VARIABEL</b> .....	9
<b>C. HUBUNGAN ANTAR VARIABEL</b> .....	10
<b>BAB III</b> .....	15
<b>A. DESAIN PENELITIAN</b> .....	15
<b>B. VARIABEL</b> .....	16
<b>C. PERLAKUAN</b> .....	16
<b>D. PARTISIPAN</b> .....	20
<b>E. PROSEDUR</b> .....	22
<b>F. UJI VALIDITAS</b> .....	27
<b>G. UJI RELIABILITAS</b> .....	27
<b>H. PENGOLAHAN DATA</b> .....	27
<b>BAB IV</b> .....	30
<b>A. DESKRIPSI SUBJEK PENELITIAN</b> .....	30
<b>B. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN</b> .....	35
<b>D. UJI HIPOTESIS</b> .....	47
<b>E. PEMBAHASAN</b> .....	53

<b>BAB V</b> .....	59
<b>A. KESIMPULAN</b> .....	59
<b>B. SARAN</b> .....	60
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	63
<b>LAMPIRAN</b> .....	69

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Judul-judul Web Series Untuk Pemilihan Perlakuan.....	16
Tabel 3.2 Hasil Uji Awal Web Series Memoar.....	18
Tabel 3.3 Hasil Uji Awal Web Series Baju Couple.....	19
Tabel 3.4 Pembagian Kategori Web Series.....	19
Tabel 3.5 Skala Pengukuran Ingatan merek dan Rekognisi merek.....	27
Tabel 3.6 Skala Pengukuran Koneksi alur, Kemencolokan merek dan Sikap terhadap merek.....	28
Tabel 3.7 Hasil uji verifikasi kategori koneksi alur.....	28
Tabel 3.8 Hasil uji verifikasi kategori kemencolokan merek.....	29
Tabel 4.1 Jawaban Partisipan Mengenai Hubungan Canon dengan Alur Cerita Web Series Memoar.....	35
Tabel 4.2 Jawaban Partisipan Mengenai Hubungan Uniqlo dengan Alur Cerita Web Series Baju Couple.....	36
Tabel 4.3 Jawaban Partisipan Mengenai Hubungan Asus dengan Alur Cerita Web Series Hantu Rumah.....	36
Tabel 4.4 Jawaban Partisipan Mengenai Hubungan Axe dengan Alur Cerita Web Series Axelerate The Series: The Untold Story of Keenan Pearce.....	37
Tabel 4.5 Jawaban Partisipan Mengenai Kemencolokan Canon pada Web Series Memoar...38	
Tabel 4.6 Jawaban Partisipan Mengenai Kemencolokan Uniqlo pada Web Series Baju Couple...39	
Tabel 4.7 Jawaban Partisipan Mengenai Kemencolokan Asus pada Web Series Hantu Rumah...39	
Tabel 4.8 Jawaban Partisipan Mengenai Kejelasan Axe pada Web Series Axelerate The Series: The Untold Story of Keenan Pearce.....	40
Tabel 4.9 Data Rata-rata Ingatan merek berdasarkan kategori Koneksi alur.....	41

Tabel 4.10 Data Rata-rata Ingatan merek berdasarkan kategori Kemencolokan merek.....	41
Tabel 4.11 Data Rata-rata Rekognisi merek berdasarkan kategori Koneksi alur.....	42
Tabel 4.12 Data Rata-rata Rekognisi merek berdasarkan kategori Kemencolokan merek.....	42
Tabel 4.13 Jawaban Partisipan mengenai Sikap terhadap merek Canon pada Web Series Memoar.....	42
Tabel 4.14 Jawaban Partisipan untuk Sikap terhadap merek Uniqlo pada Webseries Baju.....	43
Tabel 4.15 Jawaban Partisipan untuk Sikap terhadap merek Asus pada Webseries Hantu Rumah.....	43
Tabel 4.16 Jawaban Partisipan mengenai Sikap terhadap merek Axe pada Web Series Axelerate The Series: The Untold Story of Keenan Pearce.....	44
Tabel 4.17 Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.18 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis 1, 1a, 1b.....	47
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis 2, 2a, 2b.....	48
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis 3, 3a, 3b.....	48
Tabel 4.22 Hasil Uji Hipotesis 4, 4a, 4b.....	49
Tabel 4.23 Hasil Uji Hipotesis 5, 5a, 5b.....	50
Tabel 4.24 Hasil Uji Hipotesis 6, 6a, 6b.....	51
Tabel 4.25 Rekapitulasi Hasil Uji Hipotesis.....	51

## DAFTAR GAMBAR/GRAFIK

Gambar 1.1 Survei Aktivitas dalam Waktu Luang.....	1
Gambar 2.1 Teori Hybrid Message.....	8
Gambar 3.1 Solomon four-group design.....	15
Gambar 3.2 Solomon four-group design (O dan X).....	16
Grafik 3.1 Proses Pembagian Jumlah Partisipan.....	21
Grafik 3.2 Prosedur Perlakuan.....	26
Grafik 4.1 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin Pada Hasil Penelitian.....	31
Grafik 4.2 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Umur Pada Hasil Penelitian.....	31
Grafik 4.3 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Pekerjaan Pada Hasil Kuesioner.....	32
Grafik 4.4 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Suka Menonton Video di Youtube .....	32
Grafik 4.5 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Frekuensi Menonton Video di Youtube.....	33
Grafik 4.6 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Suka Menonton Web Series di Youtube.....	34
Grafik 4.7 Karakteristik Partisipan Berdasarkan Frekuensi Menonton Web Series di Youtube.....	34

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	69
Lampiran 2: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel koneksi alur merek Canon pada web series Memoar ( <i>high plot-high prominence</i> ).....	78
Lampiran 3: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel kemencolokan merek merek Canon pada web series Memoar ( <i>high plot-high prominence</i> ).....	79
Lampiran 4: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel sikap terhadap merek merek Canon pada web series Memoar ( <i>high plot-high prominence</i> ).....	80
Lampiran 5: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel koneksi alur merek Uniqlo pada web series Baju Couple ( <i>high plot-low prominence</i> ).....	81
Lampiran 6: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel kemencolokan merek merek Uniqlo pada web series Baju Couple ( <i>high plot-low prominence</i> ).....	82
Lampiran 7: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel sikap terhadap merek merek Uniqlo pada web series Baju Couple ( <i>high plot-low prominence</i> ).....	83
Lampiran 8: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel koneksi alur merek Asus pada web series Hantu Rumah ( <i>low plot-high prominence</i> ) .....	84
Lampiran 9: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel kemencolokan merek merek Asus pada web series Hantu Rumah ( <i>low plot-high prominence</i> ) .....	85
Lampiran 10: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel sikap terhadap merek merek Asus pada web series Hantu Rumah ( <i>low plot-high prominence</i> ).....	86
Lampiran 11: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel koneksi alur merek Axe pada web series Axelerate the Series: The Untold Story of Keenan Pearce ( <i>low plot-low prominence</i> ).....	87
Lampiran 12: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel kemencolokan merek merek Axe pada web series Axelerate the Series: The Untold Story of Keenan Pearce ( <i>low plot-low prominence</i> ) ....	88
Lampiran 13: Uji Validitas dan Reliabilitas variabel sikap terhadap merek merek Axe pada web series Axelerate the Series: The Untold Story of Keenan Pearce ( <i>low plot-low prominence</i> ).....	89
Lampiran 14: Uji t independen Koneksi alur ( <i>High-Low</i> ) untuk justifikasi perlakuan.....	90
Lampiran 15: Uji t independen Kemencolokan merek ( <i>High-Low</i> ) untuk justifikasi perlakuan...	90
Lampiran 16: Pengaruh Koneksi alur Terhadap <i>Ingatan merek (High-Low)</i> – H1.....	91
Lampiran 17: Pengaruh Koneksi Alur Terhadap <i>Ingatan merek (Pada kemencolokan merek tinggi)</i> – H1a .....	91

Lampiran 18: Pengaruh Koneksi Alur Terhadap Ingatan merek (Pada kemencolokan merek rendah) – H1b .....	91
Lampiran 19: Pengaruh Koneksi alur Terhadap Rekognisi merek ( <i>High-Low</i> ) – H2.....	92
Lampiran 20: Pengaruh Koneksi Alur Terhadap Rekognisi merek (Pada kemencolokan merek tinggi) – H2a.....	92
Lampiran 21: Pengaruh Pengaruh Kemencolokan merek Terhadap Rekognisi merek (Pada koneksi alur rendah) – H2b .....	92
Lampiran 22: Pengaruh Koneksi alur Terhadap Sikap terhadap merek ( <i>High-Low</i> ) – H3.....	93
Lampiran 23: Pengaruh Koneksi Alur Terhadap Sikap terhadap merek (Pada kemencolokan merek tinggi) – H3a .....	93
Lampiran 24: Pengaruh Pengaruh Kemencolokan merek Terhadap Sikap terhadap merek (Pada koneksi alur rendah) – H3b .....	93
Lampiran 25: Pengaruh Kemencolokan merek Terhadap <i>Ingatan merek (High-Low)</i> – H4.....	94
Lampiran 26: Pengaruh Kemencolokan Merek Terhadap Ingatan merek (Pada koneksi alur tinggi) – H4a.....	94
Lampiran 27: Pengaruh Kemencolokan Merek Terhadap Ingatan merek (Pada koneksi alur rendah) – H4b .....	94
Lampiran 28: Pengaruh Kemencolokan merek Terhadap Rekognisi merek ( <i>High-Low</i> ) – H5.....	95
Lampiran 29: Pengaruh Kemencolokan Merek Terhadap Rekognisi merek (Pada koneksi alur tinggi) – H5a .....	95
Lampiran 30: Pengaruh Kemencolokan Merek Terhadap Rekognisi merek (Pada koneksi alur rendah) – H5b .....	95
Lampiran 31: Pengaruh Kemencolokan merek Terhadap Sikap terhadap merek ( <i>High-Low</i> ) – H6.....	96
Lampiran 32: Pengaruh Kemencolokan Merek Terhadap Sikap terhadap merek (Pada koneksi alur tinggi) – H6a .....	96
Lampiran 33: Pengaruh Kemencolokan Merek Terhadap Sikap terhadap merek (Pada koneksi alur rendah) – H6b .....	96