

**PENGARUH *MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING* TERHADAP
MINAT PEMBELIAN PAKET *MEETING COURTYARD BY MARRIOTT*
BANDUNG DAGO**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata
Program Studi Manajemen Resort dan Leisure*



Oleh:

Yogie Fauzi Rizal

NIM 1601280

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN RESORT AND LEISURE
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2020

Yogie Fauzi Rizal, 2020

***PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING
DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH *MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING* TERHADAP
MINAT PEMBELIAN PAKET *MEETING COURTYARD BY MARRIOTT*
BANDUNG DAGO**

Oleh
Yogie Fauzi Rizal

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Yogie Fauzi Rizal 2020
Universitas Pendidikan Indonesia
Juli 2020

Hak Cipta dilindungi undang-undang. Skripsi ini tidak boleh diperbanyak
seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya
tanpa ijin dari penulis.

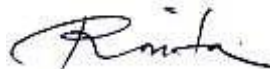
LEMBAR PENGESAHAN

Yogie Fauzi Rizal 1601280

**PENGARUH *MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING* TERHADAP
MINAT PEMBELIAN PAKET *MEETING COURTYARD* BY
MARRIOTT BANDUNG DAGO**

Disetujui dan disahkan oleh :

Pembimbing I



Rosita, SS., MA.

NIP. 198712242014041001

Pembimbing II



Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., S.I.Kom., M.Sc NIP.

19871224 201404 1 001

Mengetahui Ketua Program Studi Manajemen Resort and Leisure



Dr. AH. Galihkusumah, S.ST.Par., MM.

NIP. 19810522 201012 1 006

Yogie Fauzi Rizal, 2020

***PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET
MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengaruh *Mobile Online Video Marketing* Terhadap Minat Pembelian Paket *Meeting Courtyard* by *Marriott Bandung Dago*” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, Juli 2020

Yogie Fauzi Rizal

Yogie Fauzi Rizal, 2020

PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penayang, saya panjatkan puji dan syukur atas kehadiran-Nya yang telah melimpahkan rahmat-Nya kepada saya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Mobile Online Video Marketing* Terhadap Minat Pembelian Paket *Meeting Courtyard by Marriott Bandung Dago*” dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menempuh Sidang Ujian Sarjana dan Meraih gelar Sarjana Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.

Pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada dosen-dosen yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi ini hingga selesai. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada orang tua, keluarga besar dan teman-teman atas dukungan dan dorongan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan sebagai masukan pemikiran khususnya untuk para pembaca dan tidak lupa penulis memohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi ini terdapat kesalahan baik dalam penulisan atau pun isi dari keseluruhan skripsi ini. Penulis sadar bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan untuk itu kritik dan saran sangat penulis harapkan demi kebaikan penulis untuk kedepannya.

Bandung, Juli 2020
Peneliti,

Yogie Fauzi Rizal
NIM. 1601280

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada penyusunan skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan bantuan dan bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT, dengan seluruh rahmat, ampunan, kasih sayang dan ridho-Nya dapat membawa peneliti untuk bisa sampai ke tahap ini dan mampu menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua orang tua peneliti Ibu Eti Yahti dan Bapak John Rizal yang tak hentinya memberikan perhatian, mendukung, mendoakan peneliti hingga sampai saat ini.
3. Ibu Darsinah sebagai nenek peneliti yang tak hentinya memberikan perhatian, mendukung, mendoakan peneliti hingga sampai saat ini.
4. Ibu Rosita, SS., MA. selaku pembimbing I yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi terimakasih atas arahan dan bimbingannya selama ini.
5. Bapak Reiza Miftah Wirakusuma, S.ST.Par., S.I.Kom., M.Sc. selaku pembimbing II yang telah membantu peneliti dalam menyusun skripsi. Terimakasih telah meluangkan waktunya dan selalu senantiasa membimbing, memberi masukan, dukungan dan harapan kepada peneliti dari awal perkuliahan hingga sampai saat ini.
6. Bapak Ahmad Hudaiby Galihkusumah, S.ST.,M.M. Selaku ketua Program Studi Manajemen Resort dan Leisure
7. Untuk seluruh Bapak dan Ibu Dosen Manajemen Resort & Leisure yang telah memberikan ilmu pengetahuannya sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik
8. Kakak Yunika Husniati S.Pd M.M dan Adik Raihan Fauzan Rizal yang turut mendukung, menyayangi dan membantu Penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
9. Balqis Mar'atus Sholehah selaku orang yang selalu menjadi pendamping di setiap harinya penulis selama masa perkuliahan dari mulai masuk

Yogie Fauzi Rizal, 2020

PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

universitas hingga beresnya skripsi ini, terimakasih atas semua dukungan, doa, kasih sayang dan cinta yang telah diberikan kepada penulis.

10. Sahabat-sahabat seperjuangan di Manajemen Resort & Leisure 2016 Rivan Nur Pauzi, Dimas Arif Firlando, Pradita Rhagastra, Muhammad Fani Rahman, Agry Dwi Kustia, Ganzar Pamungkas.
11. Pak Arthur Situmeang, Kang Harris Fadhilah, Kak Malinda Dinangrit sebagai senior didalam dunia perhotelan yang turut mendukung, menyayangi dan membantu Penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh peneliti, namun selalu mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi ini. Semoga Allah SWT selalu melindungi dan memberikan ridho-Nya atas kebaikan yang telah diberikan oleh pihak-pihak yang bersangkutan, Aamiin.

ABSTRAK
PENGARUH *MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING* TERHADAP
MINAT PEMBELIAN PAKET *MEETING COURTYARD BY MARRIOTT*
BANDUNG DAGO

Oleh
Yogie Fauzi Rizal
NIM : 1601280

Teknologi internet menyebabkan perubahan didalam industri MICE dikarenakan pemasaran dan promosi MICE akan pemilihan media didalam industri periklanan harus dilakukan dengan tepat, dikarenakan semakin ketatnya persaingan didalam dunia bisnis MICE. Terjadinya persaingan yang ketat membuat produsen berlomba-lomba sebisa mungkin menarik konsumen dengan teknik yang berbeda seperti teknik video marketing. Dengan demikian tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas mobile online video marketing terhadap minat pembelian paket meeting. Data dikumpulkan dari kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden yang menonton online video marketing yang berada pada Instagram Courtyardbandung. Metode kuantitatif dengan pendekatan deksriptif dipilih untuk dapat menjawab rumusan masalah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari online video marketing terhadap minat beli paket meeting di Courtyard by Marriott Bandung Dago dengan aspek yang paling mempengaruhi adalah aspek menimbulkan perhatian bagi konsumen, sedangkan aspek yang paling rendah yaitu menghasilkan suatu tindakan dikarenakan tidak adanya lagi dorongan untuk mengetahui lebih lanjut tentang isi dari video tersebut.

Kata kunci: Video Marketing, Mobile Video, Online Video Marketing, Paket Meeting

Yogie Fauzi Rizal, 2020

PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT
THE EFFECT OF MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TO PURCHASE
INTEREST OF MEETING PACKAGE AT COURTYARD BY MARRIOTT
BANDUNG DAGO

By
Yogie Fauzi Rizal
NIM : 1601280

Internet technology leads to changes in the MICE industry due to MICE marketing and promotion to the media selection in the advertising industry must be done appropriately. Due to the intense competition in the world MICE business the occurrence of strict competition makes producers compete as much as possible attracting consumers with different techniques such as video marketing techniques. Thus the purpose of this research is to know the effectiveness of mobile online video marketing against the interest of purchasing meeting packages. Data is collected from questionnaires distributed to 100 respondents who watch online video marketing on Instagram Courtyardbandung. A quantitative method with a and approach was chosen to be able to answer the problem formulation. The results of this study showed that there are positive and significant influences from online video marketing to the interest in buying meeting packages at Courtyard by Marriott Bandung, with the most influence aspect is the aspect of raising attention for consumers, while the least aspect is to produce an action due to no more encouragement to know more about the content of the video.

Keywords: video marketing, mobile video, online video marketing, meeting package

Yogie Fauzi Rizal, 2020

PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERNYATAAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	iv
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PENELITIAN	Error!
	Bookmark not defined.
2.1 Electronic Marketing (E-Marketing).....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Promosi	Error! Bookmark not defined.
2.3 Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengertian Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Tujuan Iklan	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Jenis Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.3.4 Indikator Iklan.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Video Marketing	Error! Bookmark not defined.
2.5 Minat Beli Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.6 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.7 Kerangka Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2.8 Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.

Yogie Fauzi Rizal, 2020

PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

3.1	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Data Primer	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.6	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.8	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.1	Analisis Data Deskriptif.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.2	Analisis Data Verifikatif	Error! Bookmark not defined.
3.8.3	Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.4.1	Uji Asumsi Normalitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.4.2	Uji Asumsi Heteroskedastisitas	Error! Bookmark not defined.
3.8.4.3	Uji Multikolinearitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.8.4.4	Analisis Korelasi.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
4.1	Profil Courtyard by Marriott Bandung Dago dan Profil Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Profil Courtyard by Marriott Bandung Dago ..	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Fasilitas dan Aktivitas di Courtyard by Marriott Bandung Dago.	Error! Bookmark not defined.
4.2	Profil Responden.....	Error! Bookmark not defined.

- 4.2.1 Berdasarkan *platform* yang digunakan untuk melihat *video marketing* **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.2 Berdasarkan paket *meeting* yang sudah reponden beli **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.3 Berdasarkan Usia **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.4 Berdasarkan jenis kelamin **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.5 Berdasarkan jenis pekerjaan **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2.6 Berdasarkan pendapatan perbulan **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3 Hasil Analisis Deskriptif **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3.1 Variabel Mobile Online Video Marketing (X) **Error! Bookmark not defined.**
- 4.3.2 Variabel Minat Beli Paket *Meeting* (Y) **Error! Bookmark not defined.**
- 4.4 Pengaruh *Mobile Online Video Marketing* terhadap Minat Beli Paket *Meeting* di Courtyard by Marriott Bandung Dago **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5 Uji Statistik dan Hasil Uji Klasik **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5.1 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas . **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5.2 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas .. **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5.3 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5.4 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5.5 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisiensi Determinasi **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5.6 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T) **Error! Bookmark not defined.**
- 4.5.7 Pengujian Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) **Error! Bookmark not defined.**

4.5.8	Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Mobile Online Video Marketing</i> Terhadap Minat Beli Paket <i>Meeting</i>	Error! Bookmark not defined.
4.6	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN & REKOMENDASI.....		Error! Bookmark not defined.
5.1	Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
5.2	Rekomendasi.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		78
LAMPIRAN.....		82

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Penelitian terdahulu terkait <i>Mobile Online Video Marketing</i> Terhadap minat Beli Paket <i>Meeting</i>	18
Tabel 3. 1	Nama Group yang pernah memasat paket <i>meeting</i>	26
Tabel 3. 2	Operasional Variabel.....	28
Tabel 3. 3	Pola Skoring Skala <i>Likert</i>	30
Tabel 3. 4	Hasil Pengujian Validitas <i>Mobile Online Video Marketing</i> terhadap Minat Beli.....	32
Tabel 3. 5	Hasil Uji Realibilitas Cronbach Alpha.....	36
Tabel 3. 6	Interprestasi Koefisien Korelasi.....	42
Tabel 4. 1	Respons Mengenai Menimbulkan Perhatian.....	53
Tabel 4. 2	Respon Mengenai menarik.....	55
Tabel 4. 3	Respon Mengenai Menghasilkan Suatu Tindakan.....	57

Yogie Fauzi Rizal, 2020

PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Tabel 4. 4 Rekapitulasi Variabel Mobile Online Video Marketing.....	59
Tabel 4. 5 Respon Mengenai Minat Beli Paket Meeting	61
Tabel 4. 6 Hasil Pengujian Asumsi Normalitas Menggunakan Kolmogrov - Smirnov.....	66
Tabel 4. 7 Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas menggunakan Teknik Scatterplot	68
Tabel 4. 8 Hasil Pengujian Asumsi Autokorelasi.....	68
Tabel 4. 9 Hasil Pengujian Asumsi Multikolinieritas.....	69
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Korelasi dan Koefisiensi Determinasi.....	69
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian T.....	70
Tabel 4. 12 Hasil Pengujian F.....	72
Tabel 4.13 Hasil koefisien regresi linear berganda.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	22
Gambar 3. 1 Denah Lokasi Courtyard by Marriott Bandung Dago.....	25
Gambar 3. 2 Regresi Linier Berganda.....	40
Gambar 4. 1 Diagram berdasarkan Platform yang digunakan responden.....	48
Gambar 4. 2 Diagram berdasarkan paket meeting yang sudah dibeli oleh responden.....	49
Gambar 4. 3 Diagram berdasarkan usia responden.....	50
Gambar 4. 4 Diagram berdasarkan jenis kelamin responden.....	50
Gambar 4. 5 Diagram berdasarkan jenis pekerjaan.....	51
Gambar 4. 6 Diagram berdasarkan Pendapatan perbulan.....	52
Gambar 4. 7 Garis Kontinum Mengenai Menimbulkan Perhatian.....	54
Gambar 4. 8 Garis Kontinum Mengenai Menarik.....	56

Yogie Fauzi Rizal, 2020

**PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING
DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Gambar 4. 9	Garis Kontinum Mengenai menimbulkan suatu tindakan.....	58
Gambar 4. 10	Garis Kontinum Variabel Mobile Online Video Marketing (X)....	60
Gambar 4. 11	Garis Kontinum Mengenai Mengenai variable minat beli paket meeting.....	63
Gambar 4. 12	Histogram Dependent Variabel Minat Beli Paket Meeting.....	65
Gambar 4. 13	Normal Probability Plots.....	66
Gambar 4. 14	Hasil Pengujian Asumsi Heteroskedastisitas menggunakan Teknik Scatterplot.....	67

DAFTAR PUSTAKA

- Alamäki, A., J. P., & A. D. (2019). Triggering effects of mobile video marketing in nature tourism: *Information Processing and Management*, 756-770.
- Bryan, A. (2011). *The New Digital Storytelling*. USA: ABC-Clio.
- C. Gibbon, L. Z. (2008). *Introduction to Video Search Engines*. Berlin: Springer.
- Chen, C. Z. (2017). *Understanding compulsive smartphone use: An empirical test of a flow-based model*. *International Journal of Information Management*.
- Dharmasita, & Basuswastha. (2008). *Manajemen Pemasaran Modern Edisi Kedua*. Yogyakarta: Liberty.
- Durianto, D., & dkk. (2003). *novasi Pasar Dengan Iklan Efektif*. Jakarta: Gramedia pustaka.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan skripsi, Tesis, dan disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Google. (2017, september). *YouTube: Over one billion users*. Retrieved from <https://www.youtube.com/yt/about/press/> .
- Hanifa, F. H., Wulandari, A., & Sastika, W. (2019). DIRECT RATING METHOD UNTUK MENGUKUR EFEKTIVITAS IKLAN MELALUI MEDIA TELEVISI (STUDI PADA IKLAN TEH PUCUK HARUM). *Program Studi D3 Manajemen Pemasaran, Universitas Telkom*, 5.
- HARITA, G. R. (2015). PENGARUH SIKAP KONSUMEN PADA ONLINE VIDEO ADVERTISING “NIKMATI OREO SESUKAMU” PADA SITUS YOUTUBE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. (*Skripsi*). *Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Manajemen Institut Pertanian Bogor*, 1-31.
- Hennig-Thurau, T. M. (2010). *The impact of new media on customer relationships*. *Journal of Service Research*.
- Hermawan, A. (2005). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Judy, S., & Raymond, F. (2009). *E-Marketing, 5th Edition*. New jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Karjaluoto, H., Mustonen, N., & Ulkuniemi, P. (2015). *The role of digital channels in industrial marketing communications*. *Journal of Business & Industrial Marketing*.

Yogie Fauzi Rizal, 2020

PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Keller, K. L. (1998). *Strategic Brands Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*. New Jersey: PrenticeHall Inc.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT.Indeks.
- Kotler, P. (2005). *Manajemen Pemasaran Jilid I dan II*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2005). Manajemen Pemasaran . In T. .: Molan, *Edisi Keduabelas* (p. 277). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management 14th edition*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kumar, A. B. (2016). *From social to sale: The effects of firm-generated content in social media on customer*. Journal of Marketing.
- Kurniawan, V. D. (2019). PENGARUH SOFT SELLING ADVERTISING, KESADARAN MEREK, DAN CITRA MEREK DALAM VIDEO YOUTUBE TEHADAP MINAT BELI OLI PELUMAS MOTUL. (Skripsi). Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 153.
- Kurtz, D. L. (2010). *Contemporary Marketing*. Mason: South-western cengage learning.
- Niken. (2007). *Manajemen Periklanan*. Jakarta: PT. Pustaka Utama Grafiti.
- Okazaki, S., Mueller, B., & Taylor, C. (2010). Measuring soft-sell versus hard-sell advertising appeals. *Journal of Advertising*, 5-20.
- Pesonen, J., & Pasanen, K. (2017). *A closer look at tourist information search behaviour when travelling abroad: What is the role of online marketing in choice of*. A closer look at tourist information search behaviour when travelling abroad: What is the role of online marketing in choice of.
- Prabowo, M. F., & Nurfebriyaning, S. (2017). PENGARUH VIDEO ADVERTISING TOKOPEDIA VERSI “SEMUA DIMULAI DARI TOKOPEDIA TERHADAP RESPON KONSUMEN. *e-Proceeding of Management*, 3216.
- Pravitaswari, N., Arifin, Z., & Mawardi, M. K. (2018). PENGARUH STORYTELLING MARKETING TERHADAP BRAND EQUITY DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei Pada Video Iklan Allure Matcha Latte Story Di Youtube). *Jurnal Administrasi Bisni*, 1-37.
- Putri, S. D., & Fithrah, D. S. (2017). PENGARUH ONLINE MARKETING CAMPAIGN #SAMYANGCHALLENGE TERHADAP CONSUMER

BEHAVIOR DIGITAL NATIVES PENGGUNA YOUTUBE INDONESIA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 132-141.

- Putria, N. E. (2015). PENGARUH PEMANFAATAN MOBILE-MARKETING SMARTPHONE BLACKBERRY DAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN PELANGGAN DI KOTA BATAM. *CBIS Journal*, 1-47.
- Quesenberry, K. A., & Coolsen, M. K. (2019). Drama Goes Viral: Effects of Story Development on Shares and Views of Online Advertising Videos. *Journal of Interactive Marketing*, 1-16.
- Rizal, A. (2020). *Manajemen Pemasaran di era masyarakat industri 4.0*. CV Budi Utama.
- S, S. (2011). *Mastering SPSS Versi 19*. Jakarta: PT Elek Media Komputindo Kelompok Gramedia.
- Salzer-Morling, M., & Strannegard, L. (2004). Silence of the Brands. *European Journal of Marketing*, 224-238.
- Satriani. (2019). STRATEGI PROMOSI PRODUK ONLINE VIDEO MARKETING DI KOTA PARE. (Skripsi). Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah dan Hukum Islam Institut Agama Islam Negeri Parepare, 74.
- Sheeran, P. &. (2016). *The intention-behavior gap*. Social and Personality Psychology Compass.
- Shimp, T. A. (2004). *Periklanan Promosi*. Jakarta: Erlangga.
- Silalahi, U. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Sudjana, D. (2001). *Metode dan Teknik pembelajaran Partisipatif*. Bandung: Falah Production.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung.
- Sujarweni, V. W. (2014). *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swastha, B. (2000). *Manajemen Pemasaran Mode*. Yogyakarta: Liberty.
- Wati, D. E. (2012). PERAN MICE DALAM MENDUKUNG PERKEMBANGAN INDUSTRI PARIWISATA DI SURAKARTA. (Skripsi). Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta, 62.
- Wibisono, A. (2005). Pengaruh Sikap Atas Iklan Sabun Mandi Padat Merek Lifebuoy terhadap Sikap Atas Merek Sabun Mandi Padat Lifebuoy di

Yogie Fauzi Rizal, 2020

PENGARUH MOBILE ONLINE VIDEO MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN PAKET MEETING DI COURTYARD BY MARRIOTT BANDUNG DAGO

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Kalangan Mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
Skripsi, Unika Widya Mandala Surabaya.

Wiyono, G. (2011). *Merancang Penelitian Bisnis dengan alat Analisis SPSS 17.0 & SmartPLS 2.0*. Yogyakarta: STIM YKPN.

Yamit, Z. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.