

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Kerangka Teori	8
1.5.1 Teori Logika Desain Pesan	10
1.5.2 Konten <i>Review</i>	14
1.5.3 Minat Beli	16
1.6 Hipotesis	18
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 Media Baru.....	19
2.1.1 Pengertian Media Baru.....	19
2.1.2 Karakteristik Media Baru.....	19
2.2 Instagram.....	21
2.2.1 Pengertian Instagram.....	21
2.2.2 Menu Utama Instagram.....	22

2.3	Komunikasi Persuasif	26
2.3.1	Pengertian Komunikasi Persuasif	26
2.3.2	Unsur dalam Komunikasi Persuasif	27
2.3.3	Komponen Komunikasi Persuasif	29
2.4	Konten <i>Review</i>	30
2.4.1	Pengertian Konten <i>Review</i>	30
2.4.2	Dimensi Konten <i>Review</i>	30
2.5	Minat Beli	32
2.5.1	Pengertian Minat Beli	32
2.5.2	Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	32
2.5.3	Aspek Aspek Minat Beli	34
2.6	Penelitian Terdahulu	35
BAB III.....		40
METODE PENELITIAN		40
3.1	Jenis Penelitian.....	40
3.2	Obyek Penelitian.....	41
3.3	Sumber Data.....	41
3.3.1	Data Primer	41
3.3.2	Data Sekunder	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4.1	Kuesioner	42
3.4.2	Studi Pustaka.....	42
3.5	Populasi dan Sampel	42
3.5.1	Populasi	42
3.5.2	Sampel.....	43
3.6	Variabel Penelitian.....	44
3.7	Definisi Konseptual	46
3.7.1	Konten <i>Review</i> (X).....	46
3.7.2	Minat Beli (Y).....	47
3.8	Definisi Operasional Variabel.....	48
3.9	Uji Instrumen	52
3.9.1	Uji Validitas	52
3.9.2	Uji Reliabilitas	55
3.10	Teknik Analisis Data.....	57

3.10.1	Analisis Statistis Deskriptif	57
3.10.2	Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	58
3.10.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	60
3.11	Uji Hipotesis	61
3.11.1	Uji Signifikansi (Uji T)	61
3.11.2	Uji <i>R Square</i> (Koefisien Determinasi)	61
BAB IV	63
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	63
4.1.1	Profil Akun Instagram @infodhaharjogja.....	64
4.1.2	Visi dan Misi Akun Instagram @infodhaharjogja	66
4.1.3	Logo Akun Instagram @infodhaharjogja	67
4.1.4	Program Akun Instagram @infodhaharjogja	68
4.2	Deskripsi Responden	69
4.2.1	Jenis Kelamin	70
4.2.2	Usia Responden.....	71
4.2.3	Daerah Domisili	72
4.2.4	Pekerjaan	73
4.2.5	Pendapatan	74
4.3	Hasil Penelitian	74
4.3.1	Deskripsi Variabel Konten <i>Review</i>	74
4.3.2	Deskripsi Variabel Minat Beli	88
4.4	Hasil Analisis Data	106
4.4.1	Analisis <i>Product Moment</i>	106
4.4.2	Analisis Regresi Linier Sederhana	109
4.5	Hasil Uji Hipotesis	112
4.5.1	Uji Signifikansi T	112
4.5.2	Uji Determinasi <i>R Square</i>	114
4.6	Pembahasan.....	115
BAB V	124
PENUTUP	124
5.1	Kesimpulan	124
5.2	Saran	127
DAFTAR PUSTAKA	129

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	38
Tabel 3. 1 Indikator Konten <i>Review</i>	49
Tabel 3. 2 Indikator Minat Beli.....	51
Tabel 3. 3 Interpretasi Nilai	54
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai R.....	56
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas	57
Tabel 3. 6 Analisis Interpretasi Nilai R.....	60
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	71
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Domisili.....	72
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	73
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	74
Tabel 4. 6 Deskriptif Statistik <i>Konten Review</i>	75
Tabel 4. 7 Hasil Kategori Variabel Konten <i>Review</i>	76
Tabel 4. 8 “Isi Pesan”.....	78
Tabel 4. 9 “Isi Pesan”.....	79
Tabel 4. 10 “Struktur Pesan”.....	80
Tabel 4. 11 “Struktur Pesan”.....	81
Tabel 4. 12 “Format Pesan”	82
Tabel 4. 13 “Format Pesan”	83
Tabel 4. 14 “Format Pesan”	85
Tabel 4. 15 “Sumber Pesan”	86
Tabel 4. 16 “Sumber Pesan”	87
Tabel 4. 17 Deskripsi Statistik Minat Beli.....	88
Tabel 4. 18 Hasil Kategori Variabel Minat Beli	89
Tabel 4. 19 “Minat Transaksional”	92
Tabel 4. 20 “Minat Transaksional”	93
Tabel 4. 21 “Minat Transaksional”	94
Tabel 4. 22 “Minat Refrensial”	95

Tabel 4. 23 “Minat Refrensial”	97
Tabel 4. 24 “Minat Refrensial”	98
Tabel 4. 25 “Minat Preferensial”	99
Tabel 4. 26 “Minat Preferensial”	101
Tabel 4. 27 “Minat Preferensial”	102
Tabel 4. 28 “Minat Eksploratif”	104
Tabel 4. 29 “Minat Eksploratif”	105
Tabel 4. 30 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai R.....	107
Tabel 4. 31 Hasil Korelasi Konten <i>Review</i> Dan Minat Beli	108
Tabel 4. 32 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Anova)	110
Tabel 4. 33 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	111
Tabel 4. 34 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	113
Tabel 4. 35 Hasil Uji R <i>Square</i>	114

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Urutan Media Sosial	2
Gambar 1. 2 Grafik Pertumbuhan Pengguna Instagram	3
Gambar 3. 1 Variabel Penelitian.....	45
Gambar 4. 1 Profil Akun Instagram @infodhaharjoga.....	64
Gambar 4. 2 Logo Akun Instagram @infodhaharjoga.....	67
Gambar 4. 3 Diagram Konten <i>Review</i>	76
Gambar 4. 4 Diagram Minat Beli.....	90