

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xii
<i>ABSTRACT</i>	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Kerangka Teori	11
1.6 Hipotesis	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Komunikasi Pemasaran	18
2.2 Iklan	21
2.3 Tujuan Iklan	22
2.4 Terpaan Iklan	23
2.5 Penelitian Terdahulu	24
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian	31
3.2 Objek Penelitian	32
3.3 Subjek Penelitian	32
3.4 Variabel Penelitian	32

3.5	Definisi Konseptual.....	33
3.6	Definisi Operasional.....	35
3.7	Sumber Penelitian	37
3.8	Teknik Pengumpulan Data	37
3.9	Populasi dan Sampel	38
3.10	Uji Validitas dan Reliabilitas	41
3.11	Teknis Analisis Data	45
3.12	Pengujian Hipotesis.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.2	Deskripsi Responden.....	52
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	56
4.3.1	Variabel Terpaan Iklan Spotify “Roti dan Selai” (Variabel X).....	57
4.3.2	Variabel Minat Beli Spotify Premium (Variabel Y)	64
4.4	Hasil Analisis Data.....	71
4.4.1	Uji Korelasi Pearson Correlation (Product Moment).....	71
4.4.2	Uji Analisis Regresi Linier Sederhana	73
4.5	Pengujian Hipotesis.....	74
4.5.1	Uji t.....	74
4.5.2	Uji Koefisien Determinasi.....	75
4.6	Pembahasan.....	76
BAB V PENUTUP.....		87
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	90
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN.....		95