

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Kerangka Pemikiran	10
1.6 Kerangka Teori & Konsep.....	11
1.6.1 Teori SOR	11
1.6.2 Konsep Terpaan Media	14
1.6.3 Konsep Pembelian Impulsif	16
1.6.4 Hubungan Terpaan Konten Media dengan Pembelian Impulsif	18
1.7 Hipotesis	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1 Komunikasi Pemasaran	20
2.2 <i>New media</i> (Media Baru).....	23
2.3 Media Sosial	27

2.4	Konten Media Sosial	28
2.5	TikTok	30
2.6	Penelitian Terdahulu.....	34
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Metode Penelitian.....	38
3.1.1	Jenis Penelitian.....	38
3.1.2	Lokasi Penelitian.....	38
3.2	Populasi dan Sampel.....	38
3.2.1	Populasi.....	38
3.2.2	Sampel.....	39
3.3	Sumber Data	39
3.3.1	Data Primer	39
3.3.2	Data Sekunder	40
3.4	Teknik Pengumpulan Data	40
3.4.1	Kuesioner	40
3.4.2	Dokumentasi.....	40
3.5	Variabel Penelitian	40
3.5.1	Variabel Independen	41
3.5.2	Variabel Dependen.....	41
3.6	Definisi Konseptual	41
3.6.1	Variabel (X): Terpaan Konten Akun TikTok.....	42
3.6.2	Variabel (Y): Pembelian Impulsif.....	43
3.7	Hubungan Antara Variabel.....	43
3.8	Definisi Operasional.....	44
3.9	Skala Pengukuran	47
3.10	Uji Validitas dan Reliabilitas	47
3.10.1	Uji Validitas	47
3.10.2	Uji Reliabilitas.....	49
3.11	Teknik Analisis Data.....	51
3.11.1	Uji Asumsi Klasik	51
3.11.2	Analisis Korelasi <i>Product moment</i>	52
3.11.3	Analisis Regresi Sederhana	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	54
4.2 Deskripsi Responden	55
4.2.1 Analisis Responden Berdasarkan Usia.....	56
4.2.2 Analisis Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.2.3 Analisis Responden Berdasarkan Pendapatan.....	58
4.2.4 Analisis Responden Berdasarkan Pengeluaran	59
4.3 Hasil Penelitian.....	60
4.3.1 Analisis Variabel (X) Pengaruh Terpaan Konten	60
4.3.2 Analisis Variabel (Y) Pembelian Impulsif.....	79
4.4 Pembahasan	95
4.4.1 Uji Normalitas	95
4.4.2 Analisis Korelasi <i>Product moment</i>	95
4.4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	97
4.4.4 Koefisien R Square.....	100
4.4.5 Pembahasan.....	101
BAB V PENUTUP	109
5.1 Simpulan.....	109
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	112
LAMPIRAN	