

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>1</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xvi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	16
1.3 Tujuan Penelitian .....	16
1.4 Manfaat Penelitian .....	17
1.4.1 Manfaat Akademis .....	17
1.4.2 Manfaat Praktis .....	17
1.4.3 Manfaat Teoritis .....	18
1.5 Landasan Teori.....	18
1.5.1 Teori Elaboration Likelihood Model (ELM) .....	18
1.5.2 Terpaan Media .....	22
1.5.3 Minat Beli .....	22
1.6 Kerangka Pemikiran.....	24
1.7 Hipotesis.....	26
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>27</b>
2.1 Komunikasi Media Baru .....	27
2.2 Terpaan Media .....	28
2.2.1 Definisi Terpaan Media.....	28
2.2.2 Indikator Terpaan Media.....	29
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	30
2.4 Media Sosial.....	31
2.4.1 Definisi Media Sosial .....	31
2.4.2 Karakteristik Media Sosial.....	32
2.4.3 Jenis-jenis media sosial .....	33
2.5 Instagram.....	35
2.5.1 Definisi Instagram.....	35
2.5.2 Fitur-fitur Instagram.....	36
2.6 Minat Beli .....	40
2.6.1 Definisi Minat Beli.....	40
2.6.2 Faktor-faktor Minat Beli .....	40
2.6.3 Indikator Minat Beli.....	41

2.7 Penelitian Terdahulu .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	46
3.2 Objek Penelitian .....	46
3.3 Subjek Penelitian .....	47
3.4 Variabel Penelitian .....	47
3.4.1 Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	47
3.4.2 Variabel Dependen (Variabel Terikat) .....	48
3.5 Sumber Penelitian .....	48
3.5.1 Data Primer .....	48
3.5.2 Data Sekunder .....	49
3.6 Definisi Konseptual .....	49
3.6.1 Pengaruh Terpaan Konten Instagram @disneyplushotstarid (X) .....	49
3.6.2 Minat Beli Anggota Pada Followers (Y) .....	50
3.7 Definisi Operasional .....	50
3.8 Populasi dan Sampel .....	51
3.8.1 Populasi .....	51
3.8.2 Sampel .....	52
3.9 Uji Validitas dan Realibitas .....	54
3.9.1 Uji Validitas .....	54
3.9.2 Uji Realibitas .....	55
3.10 Teknik Pengumpulan Data .....	57
3.11 Teknik Analisis Data .....	58
3.11.1 Uji Normalitas .....	58
3.11.2 Uji Linearitas .....	59
3.11.3 Uji Korelasi .....	59
3.11.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	60
3.11.5 R Square (Koefisien Determinasi) .....	61
3.11.6 Pengujian Hipotesis (Uji T) .....	61
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>63</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	63
4.2 Gambaran Umum Responden .....	64
4.2.1 Karakteristik berdasarkan usia .....	64
4.2.2 Karakteristik Jenis Kelamin .....	65
4.2.3 Karakteristik Pendapatan .....	66
4.2.4 Karakteristik Lama Akses Instagram .....	67
4.2.5 Karakteristik Mengikuti Akun Instagram .....	68
4.2.6 Karakteristik Belum Pernah Menggunakan Produk .....	69
4.3 Hasil Penelitian dan Deskriptif Variabel .....	69
4.3.1 Deskripsi Variabel X: Pengaruh Terpaan Konten Instagram @disneyplushotstarid (X) .....	69
4.3.2 Deskripsi Variabel Y: Minat Beli Anggota Pada Followers .....	76
4.4 Hasil Uji Normalitas .....	82
4.5 Hasil Uji Linearitas .....	83
4.6 Hasil Uji Korelasi .....	83
4.7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....	84

4.8 Hasil Uji R Square (Koefisien Determinasi).....	85
4.9 Pengujian Hipotesis (Uji T) .....	86
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian .....	87
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>96</b>
5.1 Kesimpulan .....	96
5.2 Saran.....	97
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>103</b>