

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB 1	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitan	6
1.4.1 Manfaat Akademis.....	6
1.5 Landasan Teori.....	7
1.5.1 Advertising Exposure.....	7
1.5.2 Minat Beli.....	9
1.6 Kerangka Teori.....	10
1.7 Hipotesis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Social Proof	12
2.2 Media Exposure	13
2.3 Celebrity Endorser.....	13

2.4 Youtube	14
2.6 Penelitian Terdahulu.....	15
BAB III.....	19
METODE PENELITIAN	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Objek Penelitian	19
3.3 Subjek Penelitian.....	20
3.4 Variabel Penelitian	20
3.5 Populasi dan Sampel	21
3.5.1 Populasi.....	21
3.5.2 Sampel.....	21
3.6 Sumber Data	22
3.6.1 Data Primer	22
3.6.2 Data Sekunder.....	23
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7.1 Kuesioner	23
3.8 Definisi Konseptual	24
3.8.1 Variabel Bebas (X) : Pengaruh Teknik <i>Social Proof</i>	24
3.8.2 Variabel Terikat (Y) : Minat Beli.....	27
3.9 Definisi Operasional	27
3.10 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	29
3.10.1 Uji Validitas.....	29
3.10.2 Uji Reliabilitas	33
3.11 Teknik Analisis Data	35
3.11.1 Uji Normalitas	35
3.11.2 Uji Linearitas.....	35
3.11.3 Uji Korelasi.....	36
3.11.4 Analisis Regresi Linier Sederhana	36
3.11.5 R Square (Koefisien Determinasi).....	37
3.11.6 Pengujian Hipotesis (Uji T).....	38

BAB IV	40
HASIL DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	40
4.2 Identifikasi Responden.....	42
4.3 Hasil Penelitian	45
4.3.1 Deskripsi Data Penelitian	45
4.3.2 Uji Asumnsi Klasik	59
4.4 Hasil Uji Normalitas.....	59
4.5 Uji Linearitas	60
4.6 Uji Korelasi	62
4.7 Uji Regresi Linear Sederhana	62
4.8 Uji R Square (Koefisien Determinasi)	63
4.9 Pengujian Hipotesis (Uji T)	64
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	66
BAB V.....	72
PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74