

## 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 .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
ABSTRAK .....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Akademis .....	6
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.3 Manfaat Praktis.....	6
1.5 Kerangka Teori .....	7
1.5.1 Teori AISAS.....	7
1.5.2 Terpaan Media.....	8
1.5.3 Minat Beli.....	9

1.6 Kerangka Pemikiran.....	11
1.7 Hipotesis .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Media Sosial TikTok.....	13
2.1.1 Media Sosial .....	13
2.1.2 TikTok .....	14
2.2 Social Media Marketing.....	15
2.3 Terpaan Media .....	16
2.4 Minat Beli .....	17
2.5 Penelitian Terdahulu .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>22</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Objek Penelitian.....	22
3.3 Subjek Penelitian .....	22
3.4 Variabel Penelitian.....	23
3.4.1 Variabel Bebas (X).....	23
3.4.2 Variabel Terikat (Y) .....	23
3.5 Definisi Konseptual .....	23
3.5.1 Terpaan Konten TikTok @tenuedeattire Sebagai Variabel Independen (X) .....	23
3.5.2 Minat Beli Produk Sebagai Variabel Dependen (Y) .....	24
3.6 Definisi Operasional .....	25
3.7 Sumber Data.....	27
3.7.1 Data Primer.....	27
3.7.2 Data Sekunder .....	28

3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.8.1 Kuesioner.....	28
3.9 Populasi dan Sampel.....	28
3.9.1 Populasi.....	28
3.9.2 Sampel.....	29
3.10 Skala Pengukuran Variabel.....	30
3.11 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	30
3.11.1 Uji Validitas.....	30
3.11.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.12 Teknik Analisis Data.....	34
3.12.1 Uji Normalitas.....	34
3.12.2 Uji Linearitas.....	34
3.12.3 Analisis Pearson Correlation (Product Moment).....	34
3.12.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	35
3.13 Pengujian Hipotesis.....	36
3.13.1 Uji t.....	36
3.13.2 Uji R Square (Koefisien Determinasi).....	36
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>38</b>
4.1 Deskripsi Objek.....	38
4.1.1 Deskripsi Tenue de Attire.....	38
4.1.2 Profil TikTok Tenue de Attire.....	39
4.2 Karakteristik Responden.....	40
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	41
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	41
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	42

4.3 Hasil Analisis dan Deskripsi Variabel Penelitian .....	43
4.3.1 Deskripsi Variabel Terpaan Konten Pada TikTok @tenuedeatire (Variabel X).....	43
4.3.2 Hasil Analisis Variabel Terpaan Konten Pada TikTok @tenuedeattire (Variabel X).....	44
4.3.3 Deskripsi Variabel Minat Beli Produk (Variabel Y).....	45
4.3.4 Hasil Analisis Variabel Minat Beli Produk (Variabel Y).....	49
4.4 Hasil Analisis Data.....	51
4.4.1 Hasil Uji Normalitas.....	51
4.4.2 Hasil Uji Linearitas .....	52
4.4.3 Hasil Analisis Pearson Correlation (Product Moment).....	52
4.4.4 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	53
4.4.5 Hasil Uji t .....	54
4.4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R Square).....	56
4.5 Pembahasan.....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
4.6 Kesimpulan .....	64
4.7 Saran.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>