

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
ABSTRAK	xvi
<i>ABSTRACT</i>	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Akademis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
1.5 Kerangka Teori	12
1.5.1 Teori <i>Uses and Effect</i>	12
1.5.2 Minat Beli	14
1.6 Kerangka Pemikiran.....	16
1.7 Hipotesis	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	17
2.1 Teori <i>Uses and Effects</i>	17
2.1.1 Pengertian <i>Uses and Effects</i>	17
2.2 Media Sosial	19
2.2.1 Pengertian Media Sosial	19
2.2.2 Karakteristik Media Sosial	21
2.2.3 Fungsi Media Sosial	23
2.2.4 Jenis-Jenis Media Sosial	24

2.3 Aplikasi TikTok.....	25
2.3.1 Pengertian Aplikasi TikTok.....	25
2.3.2 Karakteristik Pengguna TikTok.....	27
2.3.3 Fitur-Fitur Pada Aplikasi TikTok	27
2.4 Gen Z.....	29
2.4.1 Deskripsi Gen Z	29
2.4.2 Data Gen Z di Indonesia.....	31
2.5 Gadget (iPhone).....	32
2.6 Minat Beli.....	33
2.6.1 Pengertian Minat Beli.....	33
2.6.2 Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli	34
2.6.3 Dimensi Minat Beli	35
2.7 Penelitian Terdahulu	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	39
3.1 Jenis Penelitian	39
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	40
3.3 Jenis dan Sumber Data	41
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	42
3.5 Teknik Pengumpulan Data	44
3.6 Variabel Penelitian.....	46
3.6.1 Variabel Bebas (X).....	46
3.6.2 Variabel Terikat (Y).....	46
3.7 Definisi Konseptual.....	47
3.7.1 Variabel Independen (X): Terpaan Konten @Gadgetin Di Tiktok.....	47
3.7.2 Variabel Dependen (Y): Minat Beli	49
3.8 Definisi Operasional	50
3.9 Uji Instrumen.....	50
3.9.1 Uji Validitas.....	51
3.9.2 Uji Reliabilitas	56
3.10 Teknik Analisis Data.....	58
3.10.1 Uji Asumsi Klasik	58
3.10.2 Analisis <i>Product Moment Pearson</i>	60

3.10.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	62
3.11 Uji Hipotesis	63
3.11.1 Uji Signifikansi (Uji t).....	63
3.11.2 Uji R Square (Koefisien Determinasi)	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	66
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	66
4.1.1 Profil GadgetIn.....	66
4.1.2 Profil Akun TikTok GadgetIn.....	68
4.1.3 Konten TikTok @gadgetin.....	68
4.2 Deskripsi Responden.....	69
4.2.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	70
4.2.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	70
4.2.3 Distribusi Responden Berdasarkan Domisili.....	71
4.2.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan	72
4.2.5 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan atau Penghasilan Bulanan bagi Responden yang Sudah Bekerja.....	73
4.2.6 Distribusi Responden Berdasarkan Uang Saku Bulanan bagi Responden yang Belum Bekerja.....	74
4.2.7 Distribusi Responden yang Saat Ini Menggunakan iPhone.....	75
4.2.8 Distribusi Responden yang Berencana Membeli iPhone dalam 6 Bulan ke Depan.....	75
4.3 Hasil Analisis Data	76
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	76
4.3.2 Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	79
4.3.3 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	81
4.4. Uji Hipotesis.....	82
4.4.1 Uji Signifikansi (Uji t).....	83
4.4.2 Uji Koefisien Determinasi (<i>R Square</i>)	83
4.5 Pembahasan	84
4.5.1 Analisis Deskriptif	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	87
5.1 Kesimpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	90
LAMPIRAN	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persebaran Pangsa Pasar Mobile Berdasarkan Operating System di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Logo Aplikasi TikTok	4
Gambar 1. 3 Profil Akun TikTok @gadgetin per 8 November 2024.....	6
Gambar 1. 4 Data Demografi Pengguna TikTok Di Indonesia.....	8
Gambar 1. 5 Grafik Penggunaan Media Sosial di Kalangan Gen Z 2024	9
Gambar 1. 6 Harga iPhone 16 Series Terbaru.....	10
Gambar 1. 2 Diagram Kerangka Pemikiran.....	16
Gambar 2. 1 Series iPhone 16 terbaru	33
Gambar 4. 1 Logo GadgetIn.....	66
Gambar 4. 2 Pemilik Akun Tiktok @Gadgetin.....	67
Gambar 4. 3 Profil Akun TikTok @gadgetin	68
Gambar 4. 4 Engagement Rate Akun TikTok @gadgetin (April 2025).....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Perkiraan Usia Gen Z di Tahun 2025.....	31
Tabel 3. 1 Keterangan Skor Jawaban Kuesioner	45
Tabel 3. 2 Tabel Definisi Operasional.....	50
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Konten (X)	53
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)-Bagian 1.....	54
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)-Bagian 2.....	55
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Terpaan Konten (X).....	57
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reabilitas Variabel Minat Beli (Y)	57
Tabel 3. 8 Analisis Interpretasi Nilai R	62
Tabel 4. 1 Distribusi Jenis Kelamin Responden	70
Tabel 4. 2 Distribusi Umur Responden	71
Tabel 4. 3 Distribusi Domisili Responden.....	71
Tabel 4. 4 Distribusi Pekerjaan Responden	72
Tabel 4. 5 Distribusi Pendapatan atau Penghasilan Bulanan Bagi Responden yang Sudah Bekerja	73
Tabel 4. 6 Distribusi Uang Saku Bulanan Bagi Responden yang Belum Bekerja	74
Tabel 4. 7 Distribusi Responden yang Saat Ini Menggunakan iPhone	75
Tabel 4. 8 Distribusi Responden yang Berencana Membeli iPhone dalam 6 Bulan ke Depan	76
Tabel 4. 9 Grafik Hasil Uji Normalitas dengan Probability Plot.....	76
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov Test.....	77
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas	78
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Scatterplot	78
Tabel 4. 13 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser	79
Tabel 4. 14 Hasil Uji Korelasi Product Moment.....	79
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	81
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis	82
Tabel 4. 17 Hasil Uji Signifikansi (Uji t).....	83
Tabel 4. 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	83