

DAFTAR ISI

HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	17
C. Tujuan Penelitian	17
D. Manfaat Penelitian	18
1. Manfaat Teoritis	18
2. Manfaat Akademik	18
E. Kerangka Teori	19
F. Hipotesis Penelitian	21
BAB II	24
TINJAUAN PUSTAKA	24
A. Landasan Teori	24
1. Komunikasi	24
2. Strategy and Communication	26
3. S-O-R	28
4. Minat Beli	29
5. Iklan	30
6. Terpaan Iklan	32
7. Youtube	34
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Kerangka Konseptual	38
BAB III	40

METODE PENELITIAN	40
A. Jenis Penelitian	40
B. Populasi dan Sampel.....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel	41
C. Operasionalisasi Variabel	43
D. Sumber Data	45
E. Teknik Pengumpulan Data	46
F. Teknik Analisis Data.....	47
BAB IV.....	55
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	55
4.1 Gambaran Umum <i>Shopee Pay Later</i>	55
4.2 Gambaran Umum Youtube <i>Advertising</i>	58
4.3 Analisis Statistik Deskriptif Data Responden.....	59
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
4.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
4.3.4 Karakteristik Responden Melihat Iklan <i>Shopee Paylater</i> dalam 1 minggu di Platform Youtube.....	62
4.3.5 Karakteristik Responden Multi Data	63
4.4 Analisis Statistik Deskriptif Data Penelitian	64
4.4.1 Analisis Statistik Variabel Y “Minat Beli”	65
4.4.2 Analisis Statistik Variabel X “Terpaan Iklan”	67
4.5 Analisis Statistik Inferensial	69
4.5.1 Uji Asumsi Klasik	70
4.5.2 Uji Goodness Of Fit Model (Uji F)	71
4.5.3 Uji Koefisien Korelasi.....	72
4.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	73
4.5.5 Pengujian Hipotesis.....	75
4.6 Pembahasan Penelitian Pengaruh Terpaan Iklan terhadap Minat Beli.....	76
BAB V.....	81
KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 Kesimpulan.....	81

5.2	Saran	82
DAFTAR PUSTAKA.....		84
LAMPIRAN		89