

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
PENGARUH PAPARAN PESAN KAMPANYE CO-BRANDING DERMIES HELLO GLOW dan TEH BOTOL SOSRO TERHADAP MINAT BELI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5. Kerangka Teori.....	8
1.5.1. Teori Asosiasi (Association Theory)	8
1.5.2. Paparan Pesan.....	11
1.5.3. Minat Beli.....	13
1.6. Hipotesis	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1. Media Online.....	16
2.2. Instagram	17
2.2.1. Pengertian Instagram.....	17
2.2.2. Fitur Instagram	18
2.2.3. Pengguna Instagram	20
2.3. Paparan Pesan	21

2.3.1 Pengertian Paparan Pesan	21
2.3.2 Indikator Paparan Pesan.....	22
2.4 Minat Beli.....	25
2.4.1. Pengertian Minat Beli	25
2.4.2. Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	25
2.4.3. Indikator Minat Beli.....	26
2.5 Penelitian Terdahulu	27
BAB III METODE PENELITIAN	36
3.1. Jenis Penelitian	36
3.2. Sumber Data	37
3.2.1. Sumber Data Primer.....	37
3.2.2. Sumber Data Primer.....	37
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.3.1. Kuesioner	38
3.3.2. Studi Pustaka.....	39
3.4. Populasi dan Sampel	39
3.4.1. Populasi	39
3.4.2. Sampel.....	39
3.5. Variabel Penelitian	41
3.6. Definisi Konseptual	43
3.6.1. Paparan Pesan sebagai Variabel Independent (X)	43
3.6.2. Minat Beli sebagai Variabel Dependen (Y)	44
3.7. Definisi Operasional Variabel	45
3.7.1. Paparan Pesan.....	45
3.7.2. Minat Beli.....	48
3.8. Uji Instrumen.....	51
3.8.1. Uji Validitas	51
3.8.2. Uji Reabilitas.....	52
3.9. Teknik Analisis Data	55
3.9.1. Analisis Statistik Deskriptif	55
3.9.2. Analisis Korelasi Product Moment	56
3.9.3. Analisis Regresi Linier Sederhana	58
3.10. Uji Hipotesis	59
310.1. Uji Signifikansi (Uji T)	59
310.2. Uji R Square.....	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1. Deskripsi Perusahaan.....	61

4.1.1.	Profil Dermies Hello Glow	61
4.1.2.	Teh Botol Sosro.....	64
4.2.	Karakteristik Responden.....	66
4.2.1.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
4.2.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	68
4.2.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
4.2.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Berapa Kali Melihat Postingan atau Story Kolaborasi Brand di Akun Instagram @dermies.....	69
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	70
4.3.	Hasil Penelitian	71
4.3.1	Deskripsi Variabel X: Paparan Pesan	71
4.3.1.	Deskripsi Variabel Minat Beli	77
4.4.	Hasil Penelitian	83
4.4.1.	Analisis Product Moment.....	83
4.4.2.	Analisis Regresi Linier Sederhana	86
4.5.	Hasil Uji Hipotesis	88
4.5.1.	Uji Signifikansi T	88
4.5.2.	Uji Determinasi R Square	90
4.6.	Pembahasan	91
BAB V PENUTUP.....		95
5.1.	Kesimpulan	95
5.2.	Saran.....	99
DAFTAR PUSTAKA		101
LAMPIRAN.....		105

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pertumbuhan Pengguna Instagram di Indonesia	1
Tabel 1.2 Engagement Rate Instagram @dermies	3
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 3. 1 Definisi Skala Likert	38
Tabel 3. 2 Definisi Operasional variable paparan pesan.....	47
Tabel 3. 3 Definisi Operasional variabel minat beli	49
Tabel 3. 4 Interpretasi Nilai	52
Tabel 3. 5 Analisis Interpretasi Nilai r	54
Tabel 3. 6 Hasil Uji Realibilitas Variabel X (Paparan Pesan)	54
Tabel 3. 7 Hasil Uji Realibilitas Variabel Y (Minat Beli)	55
Tabel 3. 8 Analisis Interpretasi Nilai r	57
Tabel 4. 1 Klasifikasi Responden Berdasar Usia	66
Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
Tabel 4. 3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	68
Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasar Berapa Kali Melihat.....	69
Tabel 4. 5 Klasifikasi Responden Berdasar Pendapatan.....	70
Tabel 4. 6 Deskriptif Statistik Paparan Pesan	71
Tabel 4. 7 Hasil Kategori Variabel Paparan Pesan	72
Tabel 4. 8 Distribusi Frekuensi Variabel X	74
Tabel 4. 9 Deskriptif Statistik Minat Beli	77
Tabel 4. 10 Hasil Kategori Variabel Minat Beli	78
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Variabel Y	80
Tabel 4. 12 Analisis Interpretasi Nilai r	84
Tabel 4. 13 Hasil Korelasi Antara Paparan Pesan dan Minat Beli.....	84
Tabel 4. 14 Hasil Regresi Linier Sederhana (ANOVA)	87
Tabel 4. 15 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana (Coefficients)	87
Tabel 4. 16 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	89
Tabel 4. 17 Hasil Uji R Square	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Dear Me Beauty	61
Gambar 4. 2 Produk Dermies Hello Glow	62
Gambar 4. 3 Produk Co-branding Dermies Hello Glow x Teh Botol Sosro.....	63
Gambar 4. 4 Tampilan Produk di Website Erhastore.id	63
Gambar 4. 5 Logo Teh Botol Sosro	64
Gambar 4. 6 Diagram Paparan Pesan Dermies Hello Glow x Teh Botol Sosro ...	73
Gambar 4. 7 Diagram Minat Beli Dermies Hello Glow x Teh Botol Sosro	79