

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| LEMBAR PENGESAHAN | i |
| SURAT PERNYATAAN | ii |
| ABSTRAK | iii |
| ABSTRACT | iv |
| RINGKESAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | ix |
| DAFTAR TABEL | xii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2 Identifikasi Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian | 9 |
| 1.3.1 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.3.2 Kegunaan Penelitian..... | 9 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS..... | 11 |
| 2.1 Kajian Pustaka..... | 11 |
| 2.1.1 Penelitian Sejenis | 11 |
| 2.2 Kerangka Konseptual | 17 |
| 2.2.1 Komunikasi | 17 |
| 2.2.2 Komunikasi Pemasaran | 19 |
| 2.2.3 Digital Marketing | 21 |
| 2.2.4 Terpaan..... | 22 |
| 2.2.5 <i>Brand Ambassador</i> | 23 |
| 2.2.6 Minat beli | 26 |
| 2.3 Kerangka Teoritis..... | 28 |
| 2.3.1 Teori AIDA | 28 |
| 2.4 Kerangka Berpikir..... | 30 |
| BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN | 33 |

| | | |
|--|--|-----------|
| 3.1 | Objek Penelitian | 33 |
| 3.2 | Metodologi Penelitian | 33 |
| 3.3 | Hipotesis Penelitian..... | 35 |
| 3.4 | Variabel Penelitian dan Operasional Variabel | 36 |
| 3.4.1 | Variabel Penelitian | 36 |
| 3.4.2 | Operasional Variabel..... | 37 |
| 3.5 | Populasi dan Teknik Sampling..... | 41 |
| 3.5.1 | Populasi | 41 |
| 3.5.2 | Teknik Sampling | 42 |
| 3.6 | Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data..... | 44 |
| 3.6.1 | Jenis Data | 44 |
| 3.6.2 | Prosedur Pengumpulan Data | 45 |
| 3.7 | Rancangan Analisis Data dan Uji Kualitas Data..... | 45 |
| 3.7.1 | Rancangan Analisis Data | 45 |
| 3.7.2 | Uji Kualitas Data..... | 47 |
| 3.8 | Teknik Analisis Data..... | 49 |
| 3.8.1 | Uji Asumsi Klasik..... | 49 |
| 3.8.2 | Regresi Linear Berganda..... | 50 |
| 3.8.3 | Uji Hipotesis..... | 51 |
| 3.8.4 | Koefisien Determinasi..... | 53 |
| 3.9 | Lokasi Penelitian..... | 53 |
| 3.10 | Jadwal Penelitian..... | 54 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | | 56 |
| 4.1 | Gambaran Objek Penelitian | 56 |
| 4.1.1 | Profil Tokopedia..... | 56 |
| 4.1.2 | Visi Misi Tokopedia..... | 57 |
| 4.1.3 | Logo dan Maskot Tokopedia..... | 57 |
| 4.2 | Hasil Uji Kualitas Data | 58 |
| 4.2.1 | Uji Validitas | 58 |
| 4.2.2 | Uji Reliabilitas | 63 |
| 4.3 | Karakteristik Responden | 65 |
| 4.3.1 | Jenis Kelamin | 65 |
| 4.3.2 | Usia | 66 |

| | | |
|---|--|------------|
| 4.4 | Analisis Statistik Deskriptif | 67 |
| 4.4.1 | Statistik Deskriptif Variabel Terpaan Media Sosial Instagram (X1) | 67 |
| 4.4.2 | Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Ambassador</i> (X2) | 74 |
| 4.4.3 | Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli (Y) | 85 |
| 4.5 | Hasil Uji Asumsi Klasik..... | 94 |
| 4.5.1 | Uji Normalitas | 94 |
| 4.5.2 | Uji Multikolinearitas | 95 |
| 4.5.3 | Uji Heteroskedastisitas | 96 |
| 4.6 | Regresi Linear Berganda..... | 97 |
| 4.7 | Hasil Uji Hipotesis | 99 |
| 4.7.1 | Uji T | 99 |
| 4.7.2 | Uji F | 100 |
| 4.8 | Koefisien Determinasi..... | 101 |
| 4.9 | Penjelasan Hipotesis..... | 102 |
| 4.10 | Pembahasan..... | 103 |
| 4.10.1 | Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli di Tokopedia..... | 104 |
| 4.10.2 | Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Minat Beli di Tokopedia | 107 |
| 4.10.3 | Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram dan <i>Brand Ambassador</i> Secara Simultan Terhadap Minat Beli di Tokopedia | 111 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | | 114 |
| 5.1 | Kesimpulan | 114 |
| 5.2 | Saran..... | 115 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | | 116 |
| LAMPIRAN..... | | 119 |