

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	3
1.4.2 Manfaat Praktis.....	3
BAB 2.....	4
TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu.....	4
2.2 Landasan Teori.....	5
2.2.1 Teori Uses and Gratification.....	5
2.2.2 Komunikasi Massa.....	6
2.2.3 Efek Komunikasi Massa.....	8
2.2.4 Konsep Pemanfaatan.....	9
2.2.5 Aplikasi Tabarak Onpay.....	10
2.2.6 Fitur Tabarak Onpay.....	11
2.2.7 Konsep Minat Beli.....	12
2.3 Hipotesis.....	13
2.4 Kerangka Pemikiran.....	14
BAB 3.....	15
METODOLOGI PENELITIAN.....	15

3.1 Metode dan Desain Penelitian.....	15
3.1.1 Metode Penelitian .....	15
3.1.2 Desain Penelitian .....	15
3.2 Objek Penelitian.....	16
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	16
3.3.1 Populasi Penelitian.....	16
3.3.2 Sampel Penelitian.....	16
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	18
3.6 Metode Analisis Data.....	19
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif .....	19
3.6.2 Uji Kualitas Data.....	20
3.6.3 Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	21
3.6.4 Uji Hipotesis .....	21
BAB 4 .....	22
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Sekilas Gambaran Umum Objek Penelitian .....	22
4.2 Hasil Penelitian .....	24
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	24
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	25
4.2.3 Hasil Uji Validitas.....	26
4.2.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
4.2.5 Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F) .....	29
4.2.6 Uji Signifikan Parameter Individual ( Uji statistic t ) .....	29
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	31
4.3.1 Jenis Kelamin.....	31
4.3.2 Profesi .....	31
4.3.3 Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi Tabarak Onpay (X) terhadap Minat Beli Masyarakat Bogor (Y).....	31
BAB 5 .....	33

KESIMPULAN DAN SARAN.....	33
5.1 Kesimpulan .....	33
5.2 Saran .....	33
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	34
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya.....	34
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN.....	37

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.4.1 Pengaruh Pemanfaatan Aplikasi “Tabarak Onpay” terhadap Minat Beli Masyarakat Bogor Pada Masa Pandemi Covid-19 .....	14
Gambar 4.1.1 Dashboard Aplikasi Tabarak Onpay .....	23
Gambar 4.1.2 Struktur Organisasi PT Tabarak Abadi .....	24

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.1 Data Pengguna Aplikasi Tabarak Onpay di Wilayah Bogor Bulan September 2019 s/d Juli 2020 .....	2
Tabel 2.1.1 Penelitian Terdahulu .....	4
Tabel 3.4.1 Definisi Operasional Variabel.....	17
Tabel 4.2.1 Jenis Kelamin.....	25
Tabel 4.2.2 Profesi .....	25
Tabel 4.2.3 Uji Analisis Deskriptif Pemanfaatan Aplikasi Tabarak Onpay (X) .....	26
Tabel 4.2.4 Uji Analisis Deskriptif Minat Beli Masyarakat Bogor (Y).....	27
Tabel 4.2.5 Hasil Uji Validitas Data Pemanfaatan Aplikasi Tabarak Onpay (X) .....	27
Tabel 4.2.6 Hasil Uji Validitas Data Minat Beli Masyarakat Bogor (Y).....	28
Tabel 4.2.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Aplikasi Tabarak Onpay (X) .....	29
Tabel 4.2.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Masyarakat Bogor (Y) .....	29
Tabel 4.2.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pemanfaatan Aplikasi Tabarak Onpay (X) dan Minat Beli Masyarakat Bogor (Y) .....	29
Tabel 4.2.10 Hasil Uji Signifikansi Simultan .....	30
Tabel 4.2.11 Hasil Uji statistik ( t ).....	30
Tabel 4.2.12 Makna nilai korelasi Product Moment.....	31
Tabel 4.2.13 Correlations.....	31