

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR BAGAN	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
1.3.2.1 Secara Teoritis	4
1.3.2.2 Secara Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Teori Kemungkinan (Elaborasi)	8
2.3 Landasan Teori	8
2.3.1 Komunikasi Massa	9
2.3.2 Media Baru	10
2.3.3 Media Sosial	11
2.3.4 Youtube	13
2.3.5 Tingkat Kepercayaan	16
2.3.6 Minat Beli Konsumen	17
2.4 Operasionalisasi Variabel	18

2.4.1 Variabel Bebas	18
2.4.2 Variabel Terikat	19
2.5 Kerangka Pemikiran	21
2.6 Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian	22
3.2 Metode Penelitian	22
3.3 Jenis Data	22
3.4 Bahan Penelitian	23
3.5 Sumber Data Poupulasi dan Sampel	23
3.5.1 Sumber Data	23
3.5.2 Populasi	23
3.5.3 Sampel	23
3.5.4 Teknik Sampling	24
3.6 Teknik Pengumpulan Data	25
3.7 Validitas dan reliabilitas Instrumen Populasi	25
3.7.1 Hasil Uji Validitas	25
3.7.2 Hasil Uji Reliabilitas	26
3.8 Teknik Analisis Data	27
3.8.1 Analisis Data Deskriptif	28
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	28
3.8.2.1 Uji Normalitas	28
3.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	29
3.8.4 Uji Hipotesis (Uji t)	29
3.8.5 Koefisien Determinasi	30

BAB IV Hasil Penelitian

4.1 Gambaran Umum Youtube Channel Gadgetin	31
4.2 Analisis Deskriptif	32
4.3 Uji Asumsi Klasik	39
4.3.1 Uji Normalitas	39
4.4 Hasil Regresi Linier Sederhana	40

4.5 Uji t Parsial	40
4.6 Uji Koefisien Determinasi	41
BAB V Pembahasan	
5.1 Pembahasan Hasil Penelitian	42
BAB VI Penutup	
6.1 Kesimpulan	45
6.2 Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	47