

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN	i
PER SEPAKATAN SIDANG	ii
PENGESAHAN SIDANG	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN PER SEPAKATAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR TABEL	xiii
LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Masalah	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
1.5 Tujuan Penelitian	6
1.6 Sistematika Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Rosarianto & Setyabudi (2020)	8
2.1.2 Septani & Vanel (2021)	8
2.1.3 Devina et al. (2021)	9
2.2 Grand Teori dan Kerangka Teori.....	9
2.2.1 Teori SMCR	9
2.2.2 Komunikasi	10
2.2.3 Komunikasi Massa	11
2.2.4 Iklan	12

2.2.5	<i>Brand ambassador</i>	13
2.2.6	Tokopedia	14
2.2.7	Bangtan Sonyeondan (BTS).....	14
2.2.8	Minat	14
2.2.9	Perilaku	19
2.2.10	Mengunduh	19
2.2.11	Minat Mengunduh	20
2.2.12	Daya Tarik Iklan	20
2.3	Kerangka Pemikiran	22
2.4	Hipotesis	22

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Desain Penelitian	23
3.2	Bahan Penelitian	24
3.2.1	Objek Penelitian	24
3.2.2	Lokasi Penelitian	24
3.2.3	Waktu Penelitian	24
3.3	Sumber Data	24
3.3.1	Populasi	24
3.3.2	Sampel	24
3.4	Metode Pengumpulan data	26
3.5	Validitas dan Reliabilitas	27
3.5.1	Validitas	27
3.5.2	Reliabilitas	28
3.6	Teknik Analisis Data	29
3.7	Operasionalisasi Variabel	30
3.7.1	Variabel Bebas	31
3.7.2	Variabel Terikat	32

BAB IV HASIL PENELITIAN

4.1	Gambaran Umum Akun Instagram Fanbase BTS	33
4.2	Karakteristik Responden	33
4.2.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.2	Karakteristik Berdasarkan Usia	34
4.2.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	35
4.3	Hasil Data Penelitian	36
4.3.1	Hasil Variabel Daya Tarik Iklan Tokopedia (X)	36
4.3.2	Hasil Variabel Minat Mengunduh (Y)	40
4.3.3	Uji Validitas	43
4.3.4	Uji Reliabilitas	44

4.4 Analisis Data Penelitian	45
4.4.1 Analisis Data Deskriptif	45
4.4.2 Uji Normalitas Data	45
4.4.3 Uji Koefisien Korelasi	46
4.4.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	47
4.4.5 Analisis T hipotesis	47

BAB V PEMBAHASAN

5.1 Besarnya Daya Tarik Iklan Tokopedia BTS Pada <i>Follower</i> Akun Instagram Fanbase BTS	49
5.2 Besarnya Minat Mengunduh Aplikasi Tokopedia BTS Pada <i>Follower</i> Akun Instagram Fanbase BTS	50
5.3 Korelasi Antara Daya Tarik Iklan Tokopedia BTS Dengan Minat Mengunduh <i>Follower</i> Akun Instagram Fanbase BTS	50

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan	52
6.2 Saran	52

DAFTAR PUSTAKA	53
----------------------	----

RIWAYAT HIDUP	57
---------------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Slovin	25
Gambar 3.2 Pearson Product Moment	28
Gambar 3.3 Alfa Cronbach	29
Gambar 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Gambar 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia	34
Gambar 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan	35

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir	22
-----------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasional Variabel X	31
Tabel 3.2 Operasional Variabel Y	32
Tabel 4.1 Pernyataan Pada Butir Pertama	36
Tabel 4.2 Pernyataan Pada Butir Kedua	36
Tabel 4.3 Pernyataan Pada Butir Ketiga	37
Tabel 4.4 Pernyataan Pada Butir Keempat	38
Tabel 4.5 Pernyataan Pada Butir Kelima	38
Tabel 4.6 Skor Total per Individu Variabel X	39
Tabel 4.7 Pernyataan Pada Butir Pertama	40
Tabel 4.8 Pernyataan Pada Butir Kedua	40
Tabel 4.9 Pernyataan Pada Butir Ketiga	41
Tabel 4.10 Pernyataan Pada Butir Keempat	42
Tabel 4.11 Skor Total per Individu Variabel Y	43
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Daya Tarik Iklan Tokopedia (X)	43
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Minat Mengunduh (Y)	44
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Daya Tarik Iklan Tokopedia (X)	44
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas Minat Mengunduh (Y)	44
Tabel 4.16 Rentang Persentase	45
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Analisis Deskriptif	45
Tabel 4.18 Kolmogorov-Smirnov	46
Tabel 4.19 Hasil Uji Korelasi Daya Tarik Iklan Tokopedia Terhadap Minat Mengunduh (Y)	46
Tabel 4.20 Regresi Linear Sederhana	47
Tabel 4.17 Hasil Analisis T hipotesis Daya Tarik Iklan Tokopedia Terhadap Minat Mengunduh (Y)	48

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kartu Absensi Bimbingan	58
LAMPIRAN 2 Survei	59