

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Teori SOR (Stimulus-Organism-Response).....	8
2.3 Teori Pendukung.....	9
2.3.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.3.2 Iklan.....	9
2.3.3 Daya Tarik Iklan.....	11
2.3.4 Komunikasi Massa.....	12
2.3.5 Media Sosial.....	12
2.3.6 Instagram.....	13
2.3.7 Minat Beli.....	13
2.4 Operasionalisasi Variabel.....	16
2.5 Kerangka Pemikiran.....	18
2.6 Hipotesis.....	18

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Paradigma Penelitian.....	19
3.1.1 Metode Penelitian.....	19
3.1.2 Jenis Penelitian.....	19
3.1.3 Jenis Data.....	19
3.2 Bahan Penelitian	20
3.3 Sumber Data Populasi dan Sampel.....	20
3.3.1 Populasi	20
3.3.2 Sampel	21
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	22
3.5 Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	23
3.5.1 Uji Validitas.....	23
3.5.2 Uji Reliabilitas	24
3.6 Teknik Analisis Data.....	24
3.6.1 Uji Analisis Deskriptif.....	25
3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	26
3.6.3 Uji Korelasi.....	26
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi	27
3.6.5 Uji t.....	27
 BAB IV HASIL PENELITIAN	 28
4.1 Gambaran Umum.....	28
4.1.1 PT Pesta Pora Abadi “Mie Gacoan”	28
4.1.2 Visi Misi Perusahaan.....	28
4.1.3 Logo Brand “Mie Gacoan”	29
4.2 Hasil Penelitian.....	29
4.2.1 Identitas Responden	29
4.2.2 Data Hasil Penelitian variabel X (Daya Tarik Iklan).....	30
4.2.3 Data Hasil Penelitian variabel Y (Minat Beli Remaja)	35
4.3 Analisis Data Statistik	39
4.3.1 Analisis deskriptif	39
4.3.2 Uji Validitas	39
4.3.3 Uji Realiabilitas.....	40

4.4 Analisis Data Statistik.....	41
4.4.1 Uji Korelasi.....	41
4.4.2 Uji Regresi Linear Sederhana.....	41
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi	42
4.4.5 Uji t.....	42
BAB V PEMBAHASAN	44
5.1 Pembahasan Penelitian.....	44
5.1.1 Content Iklan.....	44
5.1.2 Minat Beli	44
5.1.3 Pengaruh Daya Tarik Iklan Mie Gacoan di Instagram (Variabel X) terhadap Minat Beli Remaja di Bekasi (Variabel Y).....	45
5.1.4 Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	45
BAB VI PENUTUP	47
6.1 Kesimpulan.....	47
6.2 Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48