

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Konsep Terpaan Iklan	16
2.3 Indikator Terpaan Iklan	18
2.4 Konsep Perilaku Konsumtif	19
2.5 Indikator Perilaku Konsumtif	20
2.6 Konsep Generasi Milenial	21
2.7 Teori Jarum Hipodermik	23
2.8 Hipotesis Penelitian	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Metode Penelitian	26
3.2 Populasi dan Sampel	27
3.2.1 Populasi	27
3.2.2 Sampel	28
3.3 Definisi Operasional	30

3.4	Skala Pengukuran	32
3.5	Teknik, Alat Pengumpulan Data dan Proses Pengembangan Instrumen	33
3.5.1	Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.2	Alat Pengumpulan Data	34
3.5.2.1	Kuisisioner	34
3.5.2.2	Dokumentasi	34
3.5.3	Proses Pengembangan Instrumen	35
3.5.3.1	Uji Validitas	35
3.5.3.2	Uji Reliabilitas	38
3.6	Teknik Analisis Data	39
3.6.1	Analisis Deskriptif	39
3.6.2	Uji Normalitas	40
3.6.3	Analisis Regresi Linier	40
3.6.4	Uji Koefisien Korelasi	41
3.7	Pengujian Hipotesis	41
3.7.1	Uji Koefisien Determinasi	41
3.7.2	Uji Simultan (Uji F)	42
3.7.3	Uji Parsial (Uji t)	42
	BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Iklan Konten Video dengan <i>Hashtag</i> #Shopeehaul	45
4.1.2	Karakteristik Responden	47
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	49
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	51
4.1.3	Karakteristik Persepsi Responden	52
4.1.3.1	Karakteristik Persepsi Responden Mengenai Lamanya Memperhatikan Iklan Pada Iklan Konten Video dengan <i>Hashtag</i> #Shopeehaul di Media Sosial TikTok	52

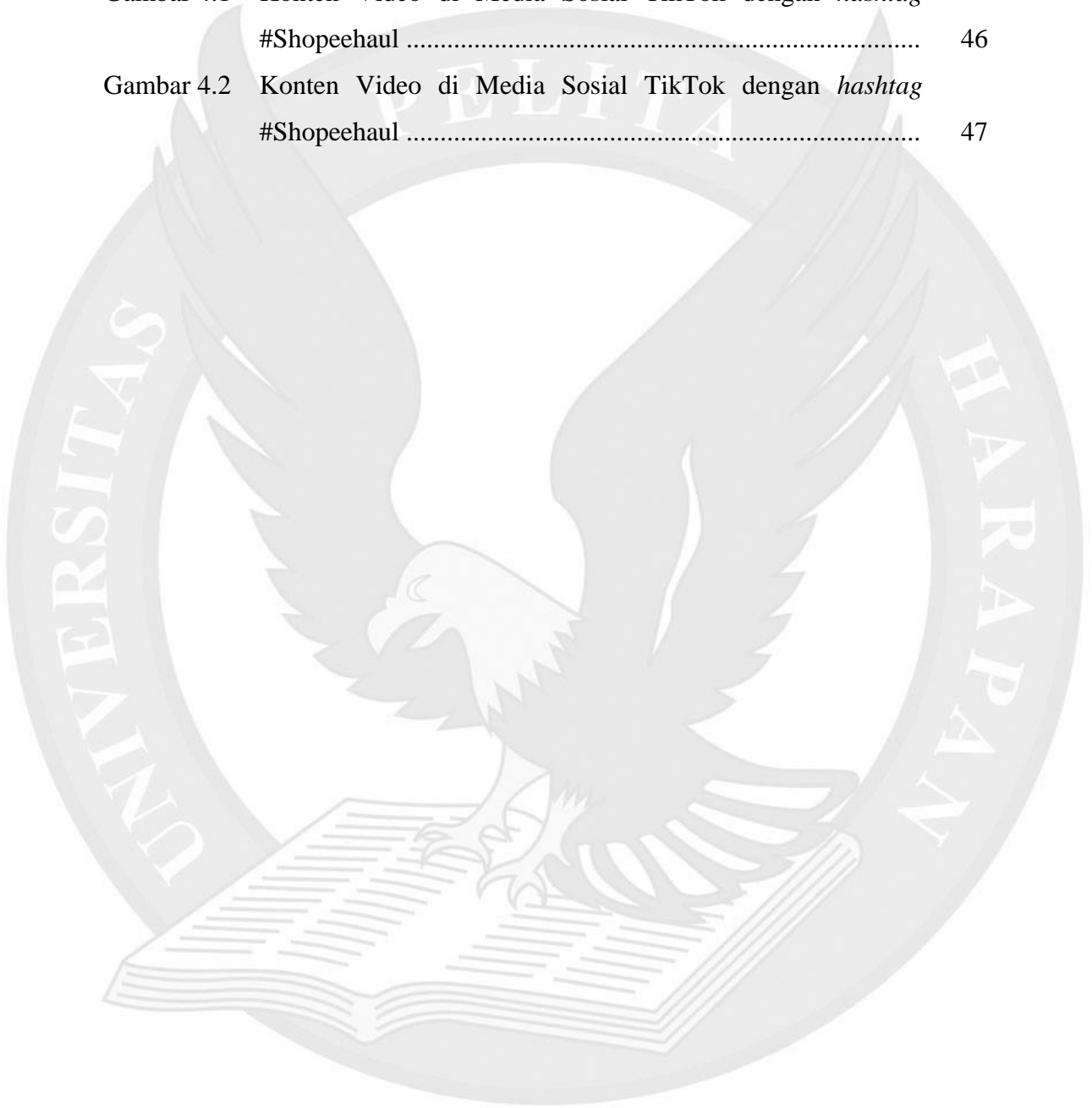
4.1.3.2	Karakteristik Persepsi Responden Mengenai Pembelian Barang Setelah Melihat Postingan Iklan Pada Konten Video dengan <i>Hashtag</i> #Shopeehaul di Media Sosial	53
	TikTok	54
4.1.4	Analisis Data	54
4.1.4.1	Analisis Deskriptif	56
4.1.4.2	Uji Normalitas	57
4.1.4.3	Analisis Regresi Linier	58
4.1.4.4	Uji Koefisien Korelasi	59
4.1.5	Pengujian Hipotesis	59
4.1.5.1	Uji Koefisien Determinasi	60
4.1.5.2	Uji Simultan (Uji F)	61
4.1.5.3	Uji Parsial (Uji t)	63
4.2	Pembahasan	
	BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	70
5.1	Kesimpulan	70
5.2	Saran	71
	DAFTAR PUSTAKA	73
	LAMPIRAN	77

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Skala Sikap Model Likert	33
Tabel 3.2	Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Terpaan Iklan)	36
Tabel 3.3	Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	37
Tabel 3.4	Hasil Pengujian Reliabilitas	39
Tabel 3.5	Interpretasi Koefisien	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	49
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	50
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	51
Tabel 4.6	Karakteristik Persepsi Responden Mengenai Lamanya Memperhatikan Iklan Pada Iklan Konten Video dengan <i>Hashtag</i> #Shopeehaul di Media Sosial TikTok	52
Tabel 4.7	Karakteristik Persepsi Responden Mengenai Pembelian Barang Setelah Melihat Postingan Iklan Pada Konten Video dengan <i>Hashtag</i> #Shopeehaul di Media Sosial TikTok	53
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel X (Terpaan Iklan)	54
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	55
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov	56
Tabel 4.11	Hasil Estimasi Analisis Regresi Linier	57
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Korelasi	59
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.14	Hasil Uji Simultan (Uji F)	61
Tabel 4.15	Hasil Uji Parsial (Uji t)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model SMCR sebagai Proses Jarum Hipodermik Media	24
Gambar 4.1	Konten Video di Media Sosial TikTok dengan <i>hashtag</i> #Shopeehaul	46
Gambar 4.2	Konten Video di Media Sosial TikTok dengan <i>hashtag</i> #Shopeehaul	47



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner Penelitian	77
Lampiran 2	Hasil Pengujian Uji Validitas & Reliabilitas	83
Lampiran 3	Hasil Pengolahan dan Analisis Data	90

