

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>2</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	2
1.2 Identifikasi Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Waktu dan Periode Penelitian.....	12
1.6 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>15</b>
2.1 Rangkuman Teori .....	15
2.2 Komunikasi Pemasaran .....	15
2.2.1 Bentuk-bentuk Komunikasi Pemasaran.....	15
2.3 Minat Beli .....	16
2.4 Media Promosi.....	18
2.6 Media Sosial .....	19
2.6.1 Pengertian Media Sosial .....	19
2.6.2 Fungsi Media Sosial .....	19
2.6.3 Karakteristik Media Sosial .....	20
2.6.4 Jenis-Jenis Media Sosial .....	20
2.7 TikTok .....	22
2.8 TikTok <i>Live</i> .....	22
2.9 Penelitian Terdahulu.....	23

2.10 Kerangka Pemikiran .....	31
2.11 Hipotesis Penelitian .....	33
2.12 Ruang Lingkup Penelitian .....	34
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>35</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	35
3.1.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	35
3.1.1.1 Subjek Penelitian.....	35
3.1.1.2 Objek Penelitian .....	36
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	36
3.2.1 Variabel Operasional .....	36
3.2.2 Skala Pengukuran .....	43
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.3.1 Populasi .....	44
3.3.2 Sampel .....	44
3.4 Teknik Sampling.....	45
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	46
3.6 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	47
3.6.1 Uji Validitas.....	47
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	49
3.7 Teknik Analisis Data .....	51
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	51
3.7.2 Method of Successive Interval (MSI).....	52
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	53
3.7.3.1 Uji Normalitas.....	53
3.7.3.2 Uji Multikolinieritas.....	54
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	54
3.7.4 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	55
3.7.5 Uji Hipotesis (Uji t) .....	55
3.7.6 Analisis Korelasi.....	56
3.7.7 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	57
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN.....</b>	<b>59</b>

4.1 Hasil Penelitian.....	59
4.1.1 <i>Screening Questions</i> .....	59
4.1.2 Karakteristik Responden.....	60
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	60
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	61
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	61
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
4.2 Hasil Penelitian.....	62
4.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Media Promosi (X).....	62
4.2.1.1 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Dimensi “Mengikuti tren dan membuat konten yang menarik” .....	64
4.2.1.2 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Dimensi “Bekerja Sama Dengan <i>Influencer</i> ” .....	66
4.2.1.3 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Dimensi “Membuat Deskripsi yang Jelas” .....	67
4.2.1.4 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Dimensi “Mengunggah Video Sesering Mungkin dan Iklankan Sesekali” .....	68
4.2.1.5 Jawaban Responden Pada <i>Item</i> Pernyataan Variabel Media Promosi (X).....	70
4.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y).....	77
4.2.2.1 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Dimensi “Minat Transaksional” .....	78
4.2.2.2 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Dimensi “Minat Referensial”.....	80
4.2.2.3 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Dimensi “Minat Preferensial”.....	82
4.2.2.4 Rekapitulasi Analisis Deskriptif Dimensi “Eksploratif”.....	83
4.2.3 Uji Asumsi Klasik .....	92
4.2.3.1 Uji Normalitas.....	92
4.2.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	94
4.2.4 Regresi Linier Sederhana.....	95
4.2.4.1 Uji Regresi Sederhana.....	95
4.2.5 Analisis Korelasi <i>Pearson Product Moment</i> .....	96

4.2.6 Uji Koefisien Determinasi .....	97
4.2.7 Uji Hipotesis .....	98
4.3 Hasil Pembahasan.....	98
<b>BAB V KESIMPULAN.....</b>	<b>103</b>
5.1 Kesimpulan.....	103
5.2 Saran .....	103
5.2.1 Saran Teoritis.....	103
5.2.2 Saran Praktis .....	104
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>108</b>