

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	1
1.2 Latar Belakang Penelitian .....	3
1.3 Pertanyaan Penelitian .....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.6 Ruang Lingkup Penelitian .....	8
1.6.1 Objek Penelitian .....	8
1.6.2 Waktu dan Periode Penelitian .....	8
1.7 Sistematika Penulisan.....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>

2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian .....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran .....	13
2.1.3 Periklanan.....	16
2.1.4 Iklan Media Televisi .....	18
2.1.5 Iklan Media Sosial.....	19
2.1.6 Keputusan Pembelian.....	20
2.1.7 Pengaruh Iklan Media Televisi terhadap Keputusan Pembelian.....	23
2.1.8 Pengaruh Iklan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2.2 Penelitian Terdahulu .....	25
2.3 Kerangka Pemikiran.....	40
2.4 Hipotesis Penelitian.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Variabel Operasional dan Skala Pengukuran .....	44
3.2.1 Variabel Operasional.....	44
3.2.2 Skala Pengukuran .....	47
3.3 Tahapan Penelitian .....	47
3.4 Populasi dan Sampel .....	49
3.4.1 Populasi .....	49
3.4.2 Sampel.....	49
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	50
3.5.1 Data Primer .....	51
3.5.2 Data Sekunder .....	52
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	52

3.6.1 Uji Validitas .....	52
3.6.2 Uji Reliabilitas .....	54
3.7 Teknik Analisis Data.....	56
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	56
3.7.2 <i>Methods of Successive Interval (MSI)</i> .....	57
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	58
3.7.4 Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
3.7.5 Analisis Koefisien Korelasi.....	61
3.7.6 Pengujian Hipotesis.....	61
3.7.7 Koefisien Determinasi.....	63
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1 Analisis Deskriptif Data Penelitian .....	65
4.1.1 <i>Screening Question</i> Pengguna Shopee berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.1.2 <i>Screening Question</i> Pengguna Shopee berdasarkan Usia .....	66
4.1.3 <i>Screening Question</i> Pengguna Shopee berdasarkan Pendapatan .....	67
4.2 Analisis Tanggapan Responden .....	67
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai Iklan Media Televisi (X1) .....	67
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai Iklan Media Sosial (X2).....	71
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian (Y).....	76
4.3 Method Successive Interval (MSI) .....	83
4.4 Hasil Penelitian .....	84
4.4.1 Uji Asumsi Klasik .....	84
4.4.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	87
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	89
4.4.4 Koefisien Determinasi.....	90

4.5 Pembahasan Hasil Penelitian .....	91
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>95</b>
5.1 Kesimpulan.....	95
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Praktis.....	98
5.2.2 Saran Teoritis .....	98
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>102</b>