

DAFTAR ISI

Cover	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR BAGAN.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	8
2.1.1 Pengaruh Iklan Detergen Total Almeera Versi Halal Di Televisi Terhadap Keputusan Menjadi Konsumen Pada Ibu Rumah Tangga RT 002 / RW 003 Kecamatan Tenayan Raya Kota Pekanbaru.....	8
2.1.2 Pengaruh Intensitas Terpaan Iklan Shopee Di Televisi Terhadap Minat Beli Mahasiswa.....	9
2.1.3 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> , <i>Brand Image</i> , dan Testimoni Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Mie Instan Lemonilo Pada Media Sosial Instagram	9
2.2 Kerangka Teoritis	13
2.2.1 Komunikasi Massa	13
2.2.2 Sinetron	21
2.2.3 Minat Membeli.....	24
2.3 Hipotesis (Kuantitatif).....	28
2.4 Kerangka Pemikiran	28
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Paradigma Penelitian	30

3.2	Pendekatan Penelitian.....	32
3.3	Metode Penelitian.....	33
3.4	Objek Penelitian	33
3.5	Populasi dan Sample	33
3.5.1	Populasi.....	33
3.5.2	Sample.....	34
3.6	Operasional Variabel.....	35
3.7	Uji Statistik.....	40
3.7.1	Skala Likert	40
3.7.2	Ujian Korelasi	41
3.7.3	Analisis Regresi	43
3.7.4	Koefisien Determinasi (R^2)	44
3.8	Teknik Pengumpulan Data	44
3.9	Teknik Analisis Data	46
3.10	Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	46
3.11	Validitas dan Reliabilitas.....	46
3.11.1	Validitas	46
3.11.2	Reliabilitas	48
BAB 4	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
4.1	Gambaran Umum Objek dan Subjek Penelitian.....	51
4.2	Hasil Penelitian.....	51
4.2.1	Karakteristik Responden	52
4.2.2	Analisis variabel independent (X) dan variabel dependent(Y)	54
4.2.3	Analisis Statistik Deskriptif	63
4.2.4	Analisis Mean	63
4.2.5	Analisis Statistic Inferensial.....	69
4.3	Pembahasan	71
4.3.1	Analisis Karakteristik Responden	74
4.3.2	Analisis Variabel X Pengaruh Menonton Iklan “MieLemonilo”	75
4.3.3	Analisis Variabel Y Minat Membeli	78
4.3.4	Analisis pengaruh Viariabel X terhadap variabel Y	80
4.3.5	Kaitan antara hasil penelitian dengan Teori.....	81
BAB 5	SIMPULAN DAN SARAN.....	86
5.1	Simpulan.....	86
5.2	Saran.....	86
5.2.1	Saran teoritis.....	86
5.2.2	Saran praktis.....	87
	DAFTAR PUSTAKA	89
	LAMPIRAN.....	93