

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Tahapan Penelitian	7
1.6 Waktu dan Lokasi Penelitian	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Tinjauan Teori.....	19
2.2.1 Periklanan.....	26
2.2.1.1 Media Internet	22
2.2.2 <i>Storytelling</i>	25
2.2.3 Perilaku konsumen	28
2.2.4 Minat Beli.....	30
2.2.4.1 Minat Beli Model AISAS	31
2.3 Kerangka Pemikiran	32

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	34
3.1 Jenis Penelitian	34
3.2 Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	34
3.2.1 Variabel Penelitian	34
3.2.2 Skala Pengukuran	39
3.3 Tahapan Penelitian	39
3.4 Populasi dan Sampel	41
3.4.1 Populasi	41
3.4.2 Sampel	41
3.4.3 Teknik Sampling	42
3.5 Pengumpulan Data	43
3.5.1 Jenis Data	43
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	43
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reliabilitas	46
3.7 Teknik Analisis Data	48
3.7.1 Analisis Deskriptif	48
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	50
3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.7.4 Pengujian Hipotesis	51
3.7.5 Uji Simultan (uji f)	52
3.7.6 Uji Parsial (uji t)	53
3.7.7 Koefisien Determinasi	54
3.7.8 Pearson Product Moment	55
3.7.9 Hipotesis Penelitian	55
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 57
4.1 Karakteristik Responden	57
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	58

4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi	58
4.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
4.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	60
4.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian	61
4.2 Analisis Deskriptif.....	61
4.2.1 Tanggapan Responden Mengenai <i>Storyline</i> (X ₁).....	61
4.2.2 Tanggapan Responden Mengenai <i>Theme</i> (X ₂)	63
4.2.3 Tanggapan Responden Mengenai <i>Plot and Story</i> (X ₃)	65
4.2.4 Tanggapan Responden Mengenai <i>Frame of Reference</i> (X ₄)	67
4.2.5 Tanggapan Responden Mengenai <i>Minat Beli</i> (Y)	71
4.3 Uji Asumsi Klasik	78
4.3.1 Uji Normalitas.....	78
4.3.2 Uji Heteroskedastisitas	79
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	80
4.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	82
4.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji f).....	83
4.7 Koefisien Determinasi	85
4.8 <i>Coefficients Beta x Zero Order</i>	86
4.9 <i>Pearson Product Moment</i>	87
4.10 Pembahasan Hasil Penelitian	89
4.10.1 Analisis Deskriptif Responden	89
4.10.2 Pengaruh strategi iklan <i>Storytelling</i> secara simultan terhadap minat beli produk	91
4.10.3 Pengaruh strategi iklan <i>Storytelling</i> secara parsial terhadap minat beli produk	92
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Simpulan	93
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Teoritis	93

5.2.2 Saran Praktis.....	94
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN-LAMPIRAN	99