

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
ABSTRAK	iv
PERSEMBAHAN.....	v
MOTTO	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
UCAPAN TERIMAKASIH.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	8
F. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA KONSEP	10
A. Tinjauan Pustaka.....	10
1. Komunikasi Pemasaran	10
2. Iklan.....	12
3. Perilaku Konsumtif.....	27
B. Penelitian Terdahulu	32
C. Kerangka Pemikiran.....	36
D. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	37
A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	37
B. Pendekatan Penelitian	37
C. Metode Penelitian	37

D. Operasionalisasi Variabel	38
E. Populasi dan Sampel	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel	40
F. Teknik Pengumpulan Data	41
1. Data Primer	41
2. Data Sekunder.....	43
G. Teknik Analisis Data	43
H. Uji Validitas dan Reliabilitas	44
1. Uji Validitas	44
2. Reliabilitas	44
I. Uji Hipotesis (Uji t).....	46
J. Hasil Uji Validitas.....	46
1. Uji Validitas Variabel X (Iklan Televisi).....	47
2. Uji Validitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	47
K. Hasil Uji Reliabilitas	48
1. Uji Reliabilitas Variabel X (Iklan Televisi)	48
2. Uji Reliabilitas Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
1. Profil dan Sejarah Tokopedia	50
2. Visi dan Misi	51
3. Logo Tokopedia.....	52
4. Iklan Tokopedia WIB	52
5. Akun Instagram	53
B. Deskripsi Hasil Penelitian	54
1. Identitas Responden.....	54
2. Pernyataan Dimensi Variabel X (Iklan Televisi)	60
3. Pernyataan Dimensi Variabel Y (Perilaku Konsumtif)	71
4. Uji Regresi Linier Sederhana	78
5. Hipotesis	79

C. Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
BAB V PENUTUP.....	84
A. Kesimpulan.....	84
B. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA.....	87
LAMPIRAN.....	89