

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	xvii
ABSTRACT	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	6
1. Penelitian Terdahulu	6
2. Kerangka Teori	9
a. Pengertian iklan	9
b. Intensitas melihat iklan	10
c. Pengaruh iklan	11
d. Iklan pada produk kosmetik	12
e. Instagram.....	13
f. Tingkat pengetahuan	14
g. Perilaku Konsumtif Kosmetik Remaja Putri.....	15
h. <i>Stimulus Respon Theory</i>	18
i. <i>AIDDA Theory</i>	19
F. Hipotesis Penelitian	20

G. Definisi Penelitian.....	21
H. Metode Penelitian	23
a. Paradigma dan metode penelitian	23
b. Jenis penelitian.....	24
c. Waktu dan lokasi penelitian.....	24
d. Populasi, sampel, dan teknik sampling	24
e. Jenis data	25
f. Metode pengumpulan data	26
g. Instrumen Penelitian	29
1. Uji validitas alat ukur.....	29
2. Uji reliabilitas alat ukur	30
3. Uji korelasi alat ukur.....	31
h. Pengolahan data	31
i. Analisis data	32
I. Jadwal Penelitian	33
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Akun Jual Beli Kosmetik di Instagram	34
B. Deskripsi Responden	37
BAB III TEMUAN PENELITIAN	
A. Identitas Responden	41
B. Analisis Deskriptif Data Hasil Penelitian	44
1. Intensitas Melihat Iklan Jual Beli Kosmetik di Instagram	44
2. Tingkat Pengetahuan Kosmetik	53
3. Perilaku Konsumtif Kosmetik	68
C. Tabulasi Silang.....	77
BAB IV PEMBAHASAN	
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	80
B. Uji Asumsi Klasik.....	84
1. Uji normalitas data.....	84
2. Uji linieritas data.....	88
3. Uji heterokedastisitas	89

C. Uji Korelasi	90
D. Analisis Regresi Sederhana.....	92
1. Persamaan Regresi Sederhana	92
2. Analisis Koefisien Determinasi	94
3. Uji F	95
4. Uji t	97
E. Uji Hipotesis	98

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	107
B. Saran	109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



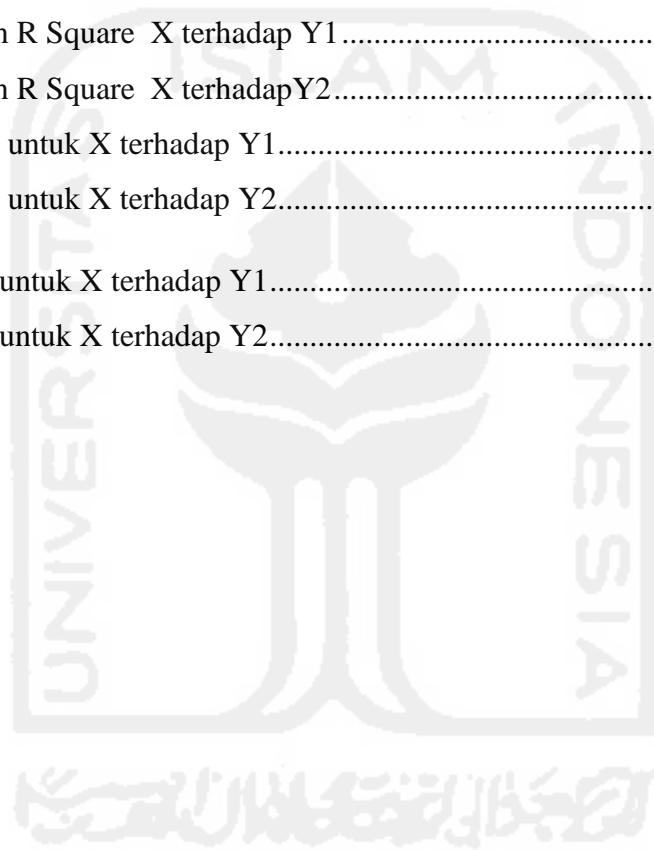
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Penelitian Terdahulu	9
Tabel 1.2	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi	30
Tabel 3.1	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Proporsional Populasi	41
Tabel 3.2	Persebaran Presentase Responden dengan Tingkat Keaktifan Mengakses Media Sosial.....	43
Tabel 3.3	Persebaran Presentase Responden Berdasarkan Jumlah Uang Jajan/Hari.....	44
Tabel 3.4	Persebaran Presentase Jawaban Responden Tentang Kepastian Melihat Iklan Kosmetik	45
Tabel 3.5	Persebaran Presentase Jawaban Responden Melihat Iklan Kosmetik lebih dari 2 kali sehari	46
Tabel 3.6	Persebaran Presentase Jawaban Responden Melihat Iklan Kosmetik Setiap Pulang Sekolah.....	46
Tabel 3.7	Persebaran Presentase Jawaban Responden Melihat Iklan Kosmetik setiap berada di Rumah	47
Tabel 3.8	Persebaran Presentase Jawaban Tentang Durasi Responden Melihat Iklan Kosmetik antara 10 menit – 1 Jam.....	48
Tabel 3.9	Persebaran Presentase Jawaban Repsponden Ketika Melihat Iklan Kosmetik memperhatikan gambarnya	48
Tabel 3.10	Persebaran Presentase Jawaban Responden Ketika Melihat Iklan Kosmetik disertai Melihat Captionnya	49
Tabel 3.11	Persebaran Presentase Jawaban Responden Ketika Melihat Iklan Kosmetik juga Melihat Harga Kosmetik	50
Tabel 3.12	Persebaran Presentase Jawaban Responden Ketika Melihat Iklan Kosmetik juga Melihat Endosernya	50
Tabel 3.13	Persebaran Presentase Jawaban Responden Ketika Melihat Iklan Kosmetik juga Melihat Komentar Nitizennya.....	51
Tabel 3.14	Persentase Skor Responden Tentang Variabel Intensitas Melihat Iklan Kosmetik	53
Tabel 3.15	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Gambar Iklan Jual Beli Kosmetik Di Instagram Itu Menarik	54

Tabel 3.16	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Harga Kosmetik Yang Diiklankan Di Instagram Tidak Selalu Dicantumkan	54
Tabel 3.17	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Banyak Artis Yang Menjadi Pengiklan Kosmetik Di Instagram.....	55
Tabel 3.18	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Terdapat Kosmetik Dalam Dan Luar Negeri Yang Diiklankan Di Instagram	56
Tabel 3.19	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Terdapat Banyak Akun Jual Beli Kosmetik Di Instagram	56
Tabel 3.20	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Selalu Ada Caption Yang Menyertai Gambar Iklan Kosmetik Di Instagram	57
Tabel 3.21	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Terdapat Berbagai Jenis Dan Merk Kosmetik Untuk Perawatan Mata Di Instagram.....	58
Tabel 3.22	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Terdapat Berbagai iklan Macam Perawatan Rambut Di Instagram	58
Tabel 3.23	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Terdapat iklan Jenis Alat Perawatan Rambut Dari Instagram	59
Tabel 3.24	Persebaran Presentase bahwa Responden Mengamati Terdapat Iklan Jenis Dan Merk Obat Penirus Pipi Dari Instagram.....	60
Tabel 3.25	Persebaran Presentase Bahwa Responden Mengamati Terdapat Iklan Jenis Dan Merk Obat Penghilang Jerawat Dari Instagram.....	60
Tabel 3.26	Persebaran Presentase Pendapat Responden Bahwa Gambar Iklan Kosmetik Di Instagram Lebih Menarik Daripada Iklan Di Toko.....	61
Tabel 3.27	Persebaran Presentase Untuk Pendapat Responden Bahwa Caption Iklan Kosmetik Di Instagram Lebih Meyakinkan Daripada Kosmetik Yang Diiklankan Di Toko.....	62
Tabel 3.28	Persebaran Presentase Untuk Pendapat Responden Bahwa Harga Kosmetik Yang Ditawarkan Di Instagram Lebih Murah Daripada Di Toko	62
Tabel 3.29	Persebaran Presentase Untuk Pendapat Responden Bahwa Merk Kosmetik Yang Dijual Di Instagram Lebih Banyak Daripada Di Toko	63
Tabel 3.30	Persebaran Presentase Untuk Pendapat Responden Bahwa Jenis Kosmetik Yang Dijual Di Instagram Lebih Banyak Daripada Di Toko	64
Tabel 3.31	Persebaran Presentase Untuk Penilaian Responden bahwa Iklan Di Instagram Berguna Untuk Menambah Wawasan Kosmetik	64

Tabel 3.32	Persebaran Presentase Untuk Penilaian Responden bahwa Iklan Kosmetik Di Instagram Lebih Menarik Daripada Iklan Di Media Lain	65
Tabel 3.33	Persebaran Presentase Untuk Penilaian Responden bahwa Iklan Kosmetik Di Instagram Tidak Melakukan Kebohongan.....	66
Tabel 3.34	Persentase Skor Responden Variabel Tingkat Pengetahuan Kosmetikdi Instagram.....	67
Tabel 3.35	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Melalui Akun Jual Beli Di Instagram.....	68
Tabel 3.36	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Karena Ingin Mengikuti Trend Jaman Sekarang	69
Tabel 3.37	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Secara Online Karena Merk Sedang Terkenal.....	69
Tabel 3.38	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Di Instagram Karena Ingin Terlihat Cantik Seperti Artis	70
Tabel 3.39	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Di Instagram Karena Banyak Diskon	71
Tabel 3.40	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Di Instagram Karena Gengsi.....	71
Tabel 3.41	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Di Instagram Hanya Karena Iklannya Yang Menarik.....	72
Tabel 3.42	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Online Karena Teman Membelinya	73
Tabel 3.43	Persebaran Presentase Keputusan Responden Berbelanja Kosmetik Secara Online Walaupun Persediaan Kosmetik Masih Ada	73
Tabel 3.44	Persebaran Presentase Pendapat Responden Mengenai Lebih Baik Membeli Kosmetik Daripada Membeli Keperluan Sekolah	74
Tabel 3.45	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Lebih Dari Satu Merk Tiap Kosmetiknya Untuk Koleksi.....	75
Tabel 3.46	Persebaran Presentase Keputusan Responden Membeli Kosmetik Yang Diiklankan Walaupun Harganya Mahal	75
Tabel 3.47	Persentase Skor Responden pada Variabel Perilaku Konsumtif Kosmetik	76
Tabel 3.48	Tabulasi Silang X dengan Y1	78
Tabel 3.49	Tabulasi Silang X dengan Y2	79
Tabel4.1	Uji Validitas	80

Tabel 4.2	Hasil Uji Realiabilitas	82
Tabel 4.3	Uji Kolmogorov – Smirnof 1	86
Tabel 4.4	Uji Kolmogorov – Smirnof 2	87
Tabel 4.5	Hasil uji Linearitas	88
Tabel 4.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas 1	89
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas 2	90
Tabel 4.8.	Hasil Uji Korelasi	91
Tabel 4.9	Uji Regresi X terhadap Y1	92
Tabel 4.10	Uji Regresi X terhadap Y2	93
Tabel 4.11	R dan R Square X terhadap Y1	94
Tabel 4.12	R dan R Square X terhadap Y2	94
Tabel 4.13	Uji F untuk X terhadap Y1	95
Tabel 4.14	Uji F untuk X terhadap Y2	96
Tabel 4.15	Uji t untuk X terhadap Y1	97
Tabel 4.16	Uji t untuk X terhadap Y2	98



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Contoh Akun Jual Beli Kosmetik di Instagram	3
Gambar 1.2	Contoh Testimoni Pelanggan Jual Beli Kosmetik di Instagram	4
Gambar 2.1	Contoh Akun Jual Beli Kosmetik Jogja di Instagram.....	35
Gambar 2.2	Tampak Depan SMKN 4 Yogyakarta.....	37
Gambar 3.1	Responden Berdasarkan Asal Kelas	42
Gambar 4.1	Uji Normalitas Data 1	85
Gambar 4.2	Uji Normalitas Data 2	87
Gambar 2.1	Contoh Akun Jual Beli Kosmetik Jogja di Instagram.....	35
Gambar 2.2	Tampak Depan SMKN 4 Yogyakarta.....	37



DAFTAR LAMPIRAN

- A. MATRIKS
- B. KUESIONER
- C. TABULASI DATA
- D. TABULASI VARIABEL
- E. UJI VALIDITAS
- F. UJI RELIABILITAS
- G. REGRESSION

