

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
RIWAYAT HIDUP .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
<i>MOTO</i> .....	vii
ABSTRAK .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	11
2.1 Minat Beli .....	11
2.1.1 Pengertian Minat Beli .....	11
2.1.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli .....	12
2.1.3 Indikator Minat Beli .....	13
2.2 <i>Digital Marketing</i> .....	13
2.2.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i> .....	13
2.2.2 Tujuan <i>Digital Marketing</i> .....	14
2.2.3 Indikator <i>Digital Marketing</i> .....	15
2.3 <i>Hook Point</i> .....	16
2.3.1 Pengertian <i>Hook Point</i> .....	16
2.3.2 Manfaat Menerapkan <i>Hook Point</i> .....	16
2.3.3 Indikator <i>Hook Point</i> .....	16
2.4 Penelitian Terdahulu .....	17
2.5 Kerangka Pemikiran Teoristis .....	19

2.6 Bangunan Hipotesis .....	20
2.6.1 <i>Digital Marketing</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli .....	20
2.6.2 <i>Hook Point</i> Berpengaruh Terhadap Minat Beli .....	21
2.6.3 <i>Digital Marketing</i> dan <i>Hook Point</i> Secara Bersama-sama Berpengaruh Terhadap Minat Beli .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>23</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	23
3.2 Sumber Data.....	23
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	24
3.3 Populasi dan Sampel .....	25
3.3.1 Populasi.....	25
3.3.2 Sampel .....	25
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	27
3.5 Uji Persyaratan Instrumen.....	28
3.5.1 Uji Validitas .....	28
3.5.2 Uji Reliabilitas .....	28
3.6 Uji Persyaratan Analisis Data .....	29
3.6.1 Uji Normalitas.....	29
3.6.2 Uji Linieritas .....	29
3.6.3 Uji Multikolinearitas.....	30
3.7 Metode Analisis .....	30
3.7.1 Analisis Linier Berganda .....	30
3.7.2 Uji Koefisiensi Determinasi.....	31
3.7.3 Uji Hipotesis .....	31
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
4.1 Deskripsi Data.....	33
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	33
4.1.2 Deskripsi Subject Penelitian .....	34
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	38
4.2.1 Uji Validitas .....	38
4.2.2 Uji Reliabilitas .....	40
4.4 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data.....	41
4.4.1 Uji Normalitas.....	41
4.4.2 Uji Linieritas .....	43

4.4.3 Uji Multikolinieritas .....	44
4.5 Regresi Linier Berganda .....	45
4.6 Koefisien Determinasi.....	47
4.7 Uji Hipotesis .....	47
4.7.1 Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t.....	47
4.7.2 Uji Hipotesis Secara Anova atau Uji F.....	48
4.8 Pembahasan.....	49
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>56</b>
5.1 Kesimpulan .....	56
5.2 Saran .....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>58</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3.1 Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	24
Tabel 3.2 Ringkasan Definisi Operasional Variabel.....	27
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas <i>Digital Marketing</i> (X1).....	39
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas <i>Hook Point</i> (X2).....	39
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y).....	40
Tabel 4.4 Uji Realiabilitas.....	40
Tabel 4.5 Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov .....	43
Tabel 4.6 Uji Linearitas.....	44
Tabel 4.7 Uji Multikolinieritas.....	45
Tabel 4.8 Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
Tabel 4.9 Koefesien Determinasi.....	47
Tabel 4.10 Uji Hipotesis Secara Parsial atau Uji t.....	47
Tabel 4.11 Uji Hipotesis Secara Simultan atau Uji F .....	48

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2018-2024 .....	1
Gambar 1.2 Screen Shot Iklan Teh Botol Sosro di YouTube .....	5
Gambar 1.3 Produk Teh Botol Sosro .....	6
Gambar 1.4 Top Brand Index Teh Kemasan Siap Saji Tahun 2015- 2022 .....	7
Gambar 4.1 Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	34
Gambar 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	35
Gambar 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan .....	35
Gambar 4.4 Karakteristik responden berdasarkan suka dengan teh .....	36
Gambar 4.5 Karakteristik responden berdasarkan merek teh .....	36
Gambar 4.6 Karakteristik responden berdasarkan pembelian Teh Botol Sosro ...	37
Gambar 4.7 Karakteristik responden berdasarkan mengikuti akun media sosial Teh Botol Sosro.....	37
Gambar 4.8 Karakteristik responden berdasarkan akun media sosial Teh Botol Sosro.....	38
Gambar 4.9 Uji Normalitas Histogram .....	41
Gambar 4.10 Uji Normalitas P-Plot.....	42
Gambar 4.11 Instagram Teh Botol Sosro.....	50
Gambar 4.12 Iklan Teh Botol yang di lakukan oleh Influencer di YouTube .....	51
Gambar 4.13 Iklan Teh Botol Sosro “Pelepas Dahaga” .....	53
Gambar 4.14 Hook Jingle “Hari-hari teh botol” yang diremake .....	54
Gambar 4.15 Hook Gambar Makanan, <i>tagline</i> dan Teh Botol Sosro .....	54
Gambar 4.16 Hook Konten Short pada YouTube Teh Botol Sosro.....	55

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian .....	62
Lampiran 2 Jawaban Responden PRETEST .....	67
Lampiran 3 Jawaban Responden MAINTEST .....	70
Lampiran 4 Uji Validitas.....	79
Lampiran 5 Uji Reliabilitas .....	81
Lampiran 6 Regresi Linear Berganda .....	85
Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik .....	86
Lampiran 8 Uji Linearitas .....	91