

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian	13
1.6 Manfaat Penelitian	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Kerangka Teoritis.....	15
2.2.1 Minat Menggunakan.....	16
2.2.1.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan ...	16
2.2.1.2 Indikator Minat Menggunakan.....	17
2.2.2 Daya Tarik Iklan	17
2.2.2.1 Kategori Dalam Daya Tarik Iklan.....	19
2.2.2.2 Indikator Daya Tarik Iklan.....	20
2.2.3 Citra Merek.....	20
2.2.3.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek	22
2.2.3.2 Indikator Citra Merek.....	23
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	25
2.3 Kerangka Berpikir.....	26
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Lokasi Dan Waktu Penelitian	29

3.2	Populasi Dan Sampel	29
3.2.1	Populasi.....	29
3.2.2	Sampel	30
3.3	Variabel Dan Definisi Operasional	31
3.3.1	Variabel.....	31
3.3.2	Definisi Operasional	32
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.4.1	Data Primer	33
3.4.2	Data Sekunder.....	34
3.5	Instrumen Penelitian	34
3.6	Uji Instrumen Penelitian	36
3.6.1	Uji Validitas	37
3.6.2	Uji Reliabilitas	38
3.7	Teknik Analisis Data.....	38
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	39
3.7.1.1	Uji Normalitas	39
3.7.1.2	Uji Multikolinieritas.....	40
3.7.1.3	Uji Heteroskedastisitas.....	41
3.7.2	Analisis Linear Berganda	41
3.7.3	Uji Hipotesi.....	42
3.7.3.1	Uji Parsial (Uji t).....	42
3.7.3.2	Uji Simultan (Uji F)	43
3.7.3.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		45
4.1	Hasil Penelitian	45
4.1.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1.1	Sejarah Singkat Spotify	45
4.1.1.2	Visi Dan Misi Spotify	47
4.2	Identifikasi Responden.....	47
4.3	Uji Instrumen Penelitian	49
4.3.1	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	49

4.3.1.1	Uji Validitas dan Reliabilitas Daya Tarik Iklan (X_1)	49
4.3.1.2	Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Merek (X_2)	51
4.3.1.3	Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Menggunakan (Y)	52
4.4	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	54
4.4.1	Analisis Deskriptif Daya Tarik Iklan (X_1)	54
4.4.2	Analisis Deskriptif Citra Merek (X_2)	55
4.4.3	Analisis Deskriptif Minat Menggunakan (Y)	56
4.5	Uji Asumsi Klasik	57
4.5.1	Uji Normalitas	57
4.5.2	Uji Multikolinearitas	59
4.5.3	Uji Heterokedastisitas	60
4.6	Analisis Regresi Linier Berganda	61
4.7	Uji Hipotesis	63
4.7.1	Uji Parsial (Uji t)	63
4.7.2	Uji Simultan (Uji F)	65
4.7.3	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	66
4.8	Pembahasan Hasil Penelitian	67
4.8.1	Pengaruh Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Menggunakan	67
4.8.2	Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Menggunakan	69
4.8.3	Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Minat Menggunakan	71
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	74
5.1	Kesimpulan	74
5.2	Saran	75
	DAFTAR PUSTAKA	77