

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 Teori <i>Stimulus-Organism-Response</i> (SOR)	11
2.1.2 Teori Budaya Konsumen (<i>Consumer Culture Theory / CCT</i>)	12
2.1.3 Strategi Marketing.....	13
2.1.3.1 Pengaruh Era <i>Society 5.0</i>	15
2.1.3.2 Strategi Marketing di Era <i>Society 5.0</i>	15
2.1.3.3 <i>Content marketing</i>	16
2.1.4 Peran Budaya dalam Perilaku Konsumen	17
2.1.5 Penelitian Terdahulu	23
2.2 Hubungan antar Variabel.....	28
2.2.1 <i>Content marketing</i> dan <i>Purchase Intention</i>	29
2.2.2 <i>Content marketing</i> dan <i>Perceived Value</i>	31
2.2.3 <i>Perceived Value</i> dan <i>Purchase Intention</i>	33
2.3 Kerangka Penelitian	34
2.4 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
3.1.1 Variabel Penelitian	36
3.1.2 Definisi Operasional.....	36
3.2 Populasi dan Sampel	39
3.2.1 Populasi	39
3.2.2 Sampel.....	39
3.3 Jenis dan Sumber Data	40
3.3.1 Data Primer	40
3.3.2 Data Sekunder	41
3.4 Instrumen Penelitian.....	41
3.4.1. Kuesioner	41
3.4.2. Skala Penelitian	41
3.4.3 SEM PLS (<i>Structural Equation Modeling Partial Least Square</i>).....	42
3.5 Metode Pengumpulan Data	42
3.5.1 Kuesioner	42

3.5.2	Studi Pustaka	42
3.6	Metode Analisis Data	43
3.6.1	Evaluasi Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	44
3.6.2	Evaluasi Model Struktural (<i>Inner Model</i>)	45
3.6.3	Uji Hipotesis.....	47
BAB IV HASIL DAN ANALISIS		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.2	Gambaran Umum Latar Belakang Responden Suku Jawa.....	49
4.1.3	Gambaran Umum Latar Belakang Responden Suku Batak	52
4.1.4	Gambaran Umum Responden Penelitian	56
4.2	Analisis Data	61
4.2.1	Model Pengukuran (<i>Outer Model</i>)	61
4.2.2	Model Struktural (<i>Inner Model</i>).....	68
4.2.3	Uji Hipotesis.....	76
4.3	Pembahasan	83
BAB V PENUTUP		89
5.1	Simpulan.....	89
5.2	Implikasi Teoritis	91
5.3	Implikasi Manajerial.....	92
5.4	Keterbatasan Penelitian	93
5.5	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya	94
DAFTAR PUSTAKA		95
LAMPIRAN		104
KUESIONER PENELITIAN		104
HASIL KUESIONER		128
HASIL PENELITIAN		140