

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PENYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>Uses and Gratification Theory</i>	11
2.1.2 Perilaku Konsumen.....	13
2.1.3 Citra Merek.....	15
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i>	16
2.1.5 <i>Content Marketing</i>	18
2.1.6 Kepercayaan Merek	20
2.1.7 Keputusan Pembelian	21
2.2 Hubungan Antar Variabel	23
2.2.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Kepercayaan Merek.....	23
2.2.2 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Kepercayaan Merek....	25

2.2.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Kepercayaan Merek.....	26
2.2.4 Pengaruh Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian	28
2.2.5 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	29
2.2.6 Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Keputusan Pembelian .	31
2.2.7 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	33
2.3 Penelitian Terdahulu.....	34
2.4 Kerangka Pemikiran	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	39
3.1.1 Variabel Penelitian.....	39
3.1.2 Definisi Operasional	40
3.2 Populasi dan Sampel	42
3.2.1 Populasi	42
3.2.2 Sampel	43
3.3 Jenis dan Sumber Data	44
3.3.1 Data Primer	44
3.4 Metode Pengumpulan Data	45
3.5 Metode Analisis.....	46
3.5.1 Analisis Deskriptif	46
3.5.2 Analisis Kuantitatif.....	46
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	53
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	54
4.1.3 Karakter Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	54
4.1.4 Karakter Responden Berdasarkan Usia	55
4.1.5 Karakter Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	55
4.1.6 Karakter Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	56
4.2 Uji Kualitas Instrumen dan Data	57
4.2.1 Uji Validitas.....	57
4.2.2 Uji Reliabilitas	58

4.3 Analisis Faktor Konfirmatori (<i>Confirmatory Factor Analysis</i>).....	59
4.3.1 Konstruksi Variabel Eksogen	60
4.3.2 Konstruksi Variabel Endogen.....	61
4.4 Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	63
4.4.1 Pembahasan Model Berdasarkan Teori	63
4.4.2 Menyusun Diagram Alur (Path Diagram)	63
4.4.3 Konversi Diagram Alur ke dalam Persamaan Struktural.....	64
4.4.4 Input Matriks dan Estimasi Model	65
4.4.5 Interpretasi dan Modifikasi Model	70
4.5 Pengujian Hipotesis	70
4.5.1 Hasil Uji Hipotesis	70
4.5.2 Analisis <i>Direct Effect</i> , <i>Indirect Effect</i> , dan <i>Total Effect</i>	80
BAB V PENUTUP.....	83
5.1 Simpulan.....	83
5.1.1 Kesimpulan Atas Diterimanya Hipotesis.....	83
5.1.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	88
5.2 Implikasi Teoritis	89
5.3 Implikasi Manajerial.....	91
5.4 Keterbatasan	94
5.5 Saran Untuk Penelitian Mendatang	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	105
Lampiran 1	105
Lampiran 2	111