

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT.....	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.5 Sistematika Penulisan.....	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (<i>Consumer Behavior Theory</i>).....	13
2.1.2 <i>Theory Of Planned Behavior</i> (TPB)	16
2.1.3 <i>Purchase Decision</i>	19
2.1.4 <i>Influencer Marketing</i>	21
2.1.5 <i>Social Media Marketing</i>	22
2.1.6 <i>Content Marketing</i>	24
2.1.7 <i>Brand Image</i>	26
2.2. Hubungan Antar Variabel.....	27
2.2.1. Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	27

2.2.2. Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	29
2.2.3. Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	30
2.2.4. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i>	31
2.3. Penelitian Terdahulu.....	33
2.4. Kerangka Penelitian.....	35
2.5. Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	37
3.1.1 Variabel Penelitian.....	37
3.1.2 Definisi Operasional Variabel dan Indikator Pengukuran.....	38
3.2 Populasi dan Sampel.....	40
3.2.1 Populasi.....	40
3.2.2 Sampel	41
3.3 Jenis Sumber Data	42
3.3.1 Data Primer.....	42
3.3.2 Data Sekunder.....	42
3.4 Metode Pengumpulan Data	43
3.4.1 Kuisisioner.....	43
3.5 Studi Kepustakaan.....	44
3.6 Metode Analisis.....	44
3.6.1 Uji Validitas Data	45
3.6.2 Uji Reliabilitas Data.....	45
3.6.3 Analisis Univariat	45
3.6.4 Analisis Multivariat	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	56
4.1.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	56
4.1.2 Deskripsi Umum Responden.....	56
4.2 Hasil Analisis Data.....	61
4.2.1 Analisis Data.....	61
4.2.2 Uji Confirmatory Factor Analysis (CFA)	70
4.2.3 Uji <i>Structural Equation Model</i> (SEM).....	85

4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	88
BAB V PENUTUP.....		92
5.1	Simpulan.....	92
5.1.1	Kesimpulan atas Pengajuan Hipotesis	92
5.1.2	Kesimpulan Masalah Penelitian.....	94
5.2	Implikasi Teoritis.....	95
5.3	Implikasi Manajerial.....	96
5.4	Keterbatasan	98
5.5	Saran Untuk Penelitian Mendatang	98
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN		104
LAMPIRAN A KUESIONER PENELITIAN		104
LAMPIRAN B JAWABAN KUISIONER PENELITIAN		110
LAMPIRAN C TABULASI DATA RESPONDEN.....		114
LAMPIRAN D TABEL MAHALANOBIS DISTANCE		120

