

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	ii
PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	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

