

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBARxv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	5
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	5
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	5
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	5
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	5
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.5.1 Bagi Penulis	6
1.5.2 Bagi Institusi Informatika Dan Bisnis Darmajaya	6
1.5.3 Bagi Perusahaan	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 <i>Influencer</i>	8
2.1.1 Pengertian <i>Influencer</i>	8
2.1.2 Faktor Penting <i>Influencer</i>	9
2.1.3 Indikator <i>Influencer</i>	9
2.2 <i>Conten Marketing</i>	10
2.2.1 Pengertian <i>Conten Marketing</i>	10
2.2.2 Faktor Penting <i>Conten Marketing</i>	11
2.2.3 Indikator <i>Conten Marketing</i>	11
2.3 Minat Mendaftar	12

2.3.1	Pengertian Minat Mendaftar	12
2.3.2	Faktor Penting Minat Mendaftar	13
2.3.3	Indikator Minat Mendaftar	13
2.4	Penelitian Terdahulu	16
2.5	Kerangka Pemikiran	18
2.6	Kerangka Penelitian.....	19
2.7	Hipotesis	19
BAB III	METODE PENELITIAN	22
3.1	Jenis Penelitian	22
3.2	Sumber Data	22
3.3	Metode Pengumpulan Data	23
3.4	Populasi dan Sampel.....	23
3.4.1	Populasi	23
3.4.2	Sampel.....	23
3.5	Variabel Penelitian	24
3.5.1	Variabel Penelitian Independen	24
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen.....	24
3.6	Definisi Operasional Variabel	25
3.7	Uji Persyaratan Instrumen	26
3.7.1	Uji Validitas	26
3.7.2	Uji Reliabilitas	26
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	27
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	27
3.8.2	Uji Linieritas Sampel	27
3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	28
3.9	Metode Analisis Data	28
3.9.1	Regresi Linier Berganda	28
3.10	Pengujian Hipotesis	29
3.10.1	Uji Parsial (Uji t)	29
3.10.2	Uji Simultan (Uji F)	30
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1	Deskripsi Data	31
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	36
4.2.1	Hasil Uji Validitas.....	36
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	37
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data	37
4.3.1	Hasil Uji Normalitas Sampel	37
4.3.2	Hasil Uji Linieritas Sampel	38
4.3.3	Hasil Uji Multikolinieritas	39

4.4 Hasil Analisis Data	39
4.4.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	39
4.4.2 Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)	40
4.4.3 Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	41
4.5 Pembahasan	42
4.5.1 Pembahasan Influencer Terhadap Minat Mendaftar	42
4.5.2 Pembahasan Conten Marketing Terhadap Minat Mendaftar	43
4.5.3 Pembahasan Influencer Dan Conten Marketing Terhadap Minat Mendaftar.....	45
BAB VSIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan.....	47
5.2 Saran	47
5.2.1 Bagi Perusahaan	47
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	48

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Penerimaan Mahasiswa Baru Kampus IIB Darmajaya.....	4
2.1 Penelitian Terdahulu	16
3.1 Skala Pengukuran.....	23
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.3 Interpretasi Nilai r.....	26
4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	31
4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	31
4.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
4.4 Hasil Jawaban Responden Influencer	32
4.5 Hasil Jawaban Responden Conten Marketing.....	33
4.6 Hasil Jawaban Responden Minat Mendaftar.....	34
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel	36
4.8 Hasil Uji Reabilitas Variabel	37
4.9 Hasil Uji Normalitas	37
4.10 Hasil Uji Linearitas	38
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	39
4.12 Persamaan Regresi Linear Berganda	39
4.13 Hasil Uji Hasil Uji Model Summary.....	40
4.14 Hasil Uji Hasil Uji Parsial (Uji t).....	40
4.15 Hasil Uji Hasil Uji Simultan (Uji F)	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Presentasi Jawaban Responden	4
2.1 Kerangka Pemikiran.....	18
2.2 Kerangka Penelitian	19

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	I	Kuesioner Penelitian
Lampiran	II	Hasil Jawaban Kuisisioner
Lampiran	III	Hasil Uji Deskriptif
Lampiran	IV	Hasil Uji Validitas
Lampiran	V	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran	VI	Hasil Uji Normalitas
Lampiran	VII	Hasil Uji Linearitas
Lampiran	VIII	Hasil Uji Multikolinearita
Lampiran	XI	Hasil Uji Regresi Berganda