

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	13
1.3    Ruang Lingkup Penelitian .....	14
1.3.1    Ruang Lingkup Subjek.....	14
1.3.2    Ruang Lingkup Objek.....	14
1.3.3    Ruang Lingkup Tempat.....	14
1.3.4    Ruang Lingkup Waktu .....	14
1.3.5    Ruang Lingkup Ilmu Penelitian .....	14
1.4    Tujuan Penelitian.....	14
1.5    Manfaat Penelitian.....	15
1.5.1    Bagi Penulis .....	15
1.5.2    Bagi Perusahaan .....	15

1.5.3	Bagi Institusi .....	15
1.5.4	Bagi Peneliti Berikutnya .....	15
1.6	Sistematika Penulisan.....	16
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>		<b>17</b>
2.1	Perilaku Konsumen .....	17
2.2	Minat Beli.....	17
2.2.1	Pengertian Minat Beli .....	17
2.2.2	Tahapan dalam menentukan Minat Beli.....	18
2.3	Promosi.....	19
2.4	Digital Marketing .....	19
2.4.1	Pengertian Digital Marketing.....	19
2.4.2	Jenis-Jenis Digital Marketing Menurut (Wati et al., 2020) beberapa contoh jenis-jenis digital marketing:.....	20
2.4.3	Kelebihan Digital Marketing .....	20
2.5	Media Sosial .....	21
2.5.1	Pengertian Media Sosial.....	21
2.5.2	Manfaat Media Sosial dalam Digital Marketing.....	21
2.6	Konten .....	23
2.7	<i>Content Marketing</i> .....	23
2.7.1	Jenis – jenis Konten <i>Digital Marketing</i> .....	23
2.7.2	Konsep Konten Digital Marketing.....	24
2.7.3	Indikator <i>Content Marketing</i> .....	25
2.8	<i>Copywriting</i> .....	26
2.8.1	Pengertian <i>Copywriting</i> .....	26

2.8.2	Menurut (Wangi, 2022) Teknik copywriting berbeda – beda tergantung tujuannya : .....	27
2.8.3	Elemen Copywriting .....	27
2.8.4	Indikator <i>Copywriting</i> .....	27
2.9	Penelitian Terdahulu .....	28
2.10	Kerangka Pemikiran .....	35
2.11	Model Penelitian.....	36
2.12	Pengembangan Hipotesis .....	36
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>39</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	39
3.2	Sumber Data .....	39
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	39
3.4	Populasi dan Sampel .....	40
3.4.1	Populasi .....	40
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Variabel Penelitian.....	41
3.5.1	Variabel bebas (Independent Variable).....	41
3.5.2	Variabel terikat (Dependent variable) .....	41
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	42
3.7	Uji Persyaratan Instrumen .....	44
3.7.1	Uji Validitas.....	44
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	45
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data.....	45
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	45
3.8.2	Uji Linieritas Sampel .....	46

3.8.3	Uji Multikolinieritas.....	46
3.9	Metode Analisis Data .....	47
3.10.1	Regresi Linear Berganda.....	47
3.10	Pengujian Hipotesis .....	47
3.11.1	Uji Parsial (Uji -T).....	47
3.11.2	Uji Simultan (Uji-F).....	48
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
4.1	Deskripsi Data .....	50
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	50
4.1.2	Deskripsi jawaban Responden .....	54
4.2	Hasil Uji Persyaratan Instrumen.....	61
4.2.1	Hasil Uji Validitas .....	61
4.2.2	Hasil Uji Reabilitas .....	62
4.3	Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	63
4.3.1	Hasil Uji Normalitas .....	63
4.3.2	Hasil Uji Linearitas .....	63
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	64
4.4.1	Hasil Uji Multikolinieritas .....	64
4.5	Hasil Metode Analisis Data .....	65
4.5.1	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	65
4.4.1	Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji T) .....	66
4.4.2	Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F).....	67
4.6	Pembahasan .....	68
4.5.1	Pembahasan <i>Content Marketing</i> Terhadap Minat Beli .....	68
4.5.2	Pembahasan <i>Copywriting</i> Terhadap Minat Beli.....	68

4.5.3	Pembahasan <i>Content Marketing</i> dan <i>Copywriting</i> Terhadap Minat Beli	69
-------	--	----

<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	<b>71</b>	
5.1	Kesimpulan	71
5.2	Saran	71
5.2.1	Bagi Perusahaan	71
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	<b>73</b>	