

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	8
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	8
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	8
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	8
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat.....	8
1.3.4 Ruang Lingkup Waktu	8
1.3.5 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan.....	8
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian.....	9
1.5.1 Bagi Peneliti	9
1.5.2 Bagi Institusi	9
1.5.3 Bagi Perusahaan	9
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Digital Marketing	11
2.2 Content Marketing.....	13
2.3 Electronic Word Of Mouth.....	16
2.4 Minat Beli	18
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
2.6 Kerangka Pemikiran	21
2.7 Hipotesis Penelitian	22
2.7.1 Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen	22

2.7.2 Pengaruh Content Marketing Terhadap Electronic Word Of Mouth	23
2.7.3 Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen	23
2.7.4 Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Electronic Word Of Mouth.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian	26
3.2 Sumber Data	26
3.3 Metode Pengumpulan Data	26
3.4 Populasi dan Sampel.....	27
3.4.1 Populasi	27
3.4.2 Sampel.....	27
3.5 Variabel Penelitian	28
3.5.1 Variabel Penelitian Independen	28
3.5.2 Variabel Penelitian Intervening.....	29
3.5.3 Variabel Penelitian Dependen.....	29
3.6 Definisi Operasional Variabel	29
3.7 Metode Analisis Data	30
3.7.1 Model Pengukuran atau Outer Model	30
3.7.2 Model Struktural (Inner Model)	31
3.7.3 Pengujian Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Deskripsi Data	32
4.2 Hasil Analisis Data	36
4.2.1 Analisis Outer Model	36
4.2.2 Analisis Average Variance Extracted (AVE) Dan Composite Reliability	37
4.2.3 Analisis Inner Model.....	38
4.2.4 Pengujian Hipotesis.....	40
4.5 Pembahasan	41
4.5.1 Pembahasan Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen	41
4.5.2 Pembahasan Content Marketing Terhadap Electronic Word Of Mouth.....	42
4.5.3 Pembahasan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pembelian.....	42
4.5.3 Pembahasan Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Melalui Electronic Word Of Mouth.....	43

BAB V SIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Simpulan.....	45
5.2 Saran.....	45
5.2.1 Bagi Perusahaan.....	45
5.2.2 Bagi Penelitian Selanjutnya	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN