

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL.</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>vi</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN.</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR.</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 LatarBelakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Ruang Lingkup Penelitian .....	7
1.4 TujuanPenelitian .....	7
1.5 ManfaatPenelitian .....	7
1.6 Sistematika Penulisan .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>9</b>
2.1 Grand Theory AIDA .....	9
2.1.1 Pengertian Theory AIDA. ....	9
2.1.2 Indikator Theory AIDA. ....	9
2.2 Pengertian Food Bloggers. ....	11
2.3 Content Marketing. ....	11
2.3.1 Pengertian Content Marketing.....	11
2.3.2 Indikator Content Marketing . ....	12
2.4 Review.....	12
2.4.1 Pengertian Review. ....	12
2.4.2 Indikator Review. ....	13

2.5	Keputusan Pembelian .....	14
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian. ....	14
2.5.2	Indikator Keputusan Pembelian. ....	15
2.6	PenelitianTerdahulu .....	16
2.7	Kerangka Pemikiran.....	24
2.8	Hipotesis .....	25
2.8.1	Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. ....	25
2.8.2	Pengaruh Review Terhadap Keputusan Pembelian. ....	25
2.8.3	Pengaruh Content Marketing dan Review Terhadap KeputusanPembelian.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>28</b>
3.1	Jenis Penelitian. ....	28
3.2	Sumber Data .....	28
3.3	Metode Pengumpulan Data .....	28
3.4	Populasi dan Sampel .....	29
3.4.1	Populasi .....	29
3.4.2	Sampel .....	29
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	30
3.5.1	Variabel Dependan (Y).....	30
3.5.2	Variabel Independen (X). ....	30
3.6	Uji Persyaratan Instrumen .....	33
3.6.1	Uji Validitas Instrumen . ....	33
3.6.2	Uji Reabilitas Instrumen . ....	33
3.7	Uji Persyaratan Analisis Data .....	35
3.7.1	Uji Normalitas .....	35
3.7.2	Homogenitas . ....	35
3.7.3	Uji Lineritas . ....	36
3.8	Metode Analisis Data .....	36
3.8.1	Analisis Linier Berganda . ....	36
3.8.2	Uji t .....	37
3.8.3	Uji F .....	38
3.8.4	Koefisien Determinasi . ....	38

<b>BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan .....</b>	<b>39</b>
4.1 Deskripsi Data .....	39
4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden .....	39
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden .....	41
4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrument .....	46
4.2.1 Hasil Uji Validitas .....	46
4.2.2 Hasil Uji Reabilitas .....	49
4.3 Hasil Uji Persyaratan Analisis Data .....	50
4.3.1 Hasil Uji Normalitas .....	50
4.3.2 Hasil Uji Homogenitasn .....	50
4.3.3 Hasil Uji Lineritas .....	51
4.4 Hasil Pengujian Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
4.5 Hasil Pengujian Hipotesis .....	54
4.5.1 Hasil Uji t .....	54
4.5.2 Hasil Uji F .....	55
4.6 Pembahasan .....	55
4.6.1 Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian .....	55
4.6.2 Pengaruh Review Terhadap Keputusan Pembelian .....	56
4.6.3 Pengaruh Content Marketing Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian. ....	57
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN . .....</b>	<b>58</b>
5.1 Kesimpulan .....	58
5.2 Saran .....	58
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
<b>LAMPIRAN. ....</b>	<b>62</b>