

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN... ..	iii
HALAMAN	
PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
RIWAYAT HIDUP.....	vi
PERSEMBAHAN	vii
MOTTO.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
PRAKATA.....	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Ruang Lingkup Penelitian	9
1.3.1 Ruang Lingkup Subjek.....	9
1.3.2 Ruang Lingkup Objek	9
1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian.....	9

Ruang Lingkup Waktu Penelitian	9
1.3.4 Ruang Lingkup Ilmu Pengetahuan	9
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
1.5.1 Bagi Peneliti	10
1.5.2 Bagi Perusahaan	10
1.5.3 Bagi Institusi	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	12
2.1 Komunikasi Pemasaran	12
2.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	12
2.3 Content Marketing	12
2.4 Review Product.....	13
2.5 Keputusan Pembelian	14
2.6 Penelitian Terdahulu.....	15
2.7 Kerangka Pikir.....	18
2.8 Hipotesis Penelitian	19
2.8.1 Pengaruh Content Marketing Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Camille Beauty	19
2.8.2 Pengaruh Review Product Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Camille Beauty	20
2.8.3 Pengaruh Content Marketing dan Review Product Pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Camille Beauty	20
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	Variable Penelitian	25
3.5.1	Variabel Penelitian Independen.....	25
3.5.2	Variabel Penelitian Dependen.....	25
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7	Uji Persyaratan Instrumen.....	27
3.7.1	Uji Validitas.....	27
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	27
3.8	Uji Persyaratan Analisis Data	28
3.8.1	Uji Normalitas Sampel.....	28
3.8.2	Uji Linearitas Sampel.....	28
3.9	Uji Asumsi Klasik... ..	29
3.9.1	Uji Multikolinearitas Sampel	29
3.10.	Metode Analisis Data.....	29
3.10.1	Regresi Linear Berganda	29
3.11	Pengujian Hipotesis.....	29
3.11.1	Uji Parsial (Uji-t).....	29
3.11.2	Uji Simultan (Uji-f)	31
3.11.3	Koefisien Determinasi	32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		33
4.1	Deskripsi Data.....	33
4.1.1	Deskripsi Karakteristik Responden.....	33
4.1.1.1	Karakteristik Responden Usia.....	33
4.1.1.2	Karakteristik Responden Pekerjaan	34
4.1.2	Deskripsi Jawaban Responden	34
4.2	Uji Persyaratan Instrumen.....	38
4.2.1	Hasil Uji Validitas	38
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	40
4.3	Uji Persyaratan Analisis Data	41
4.3.1	Hasil Uji Normalitas.....	41
4.3.2	Hasil Uji Linearitas	42
4.4	Uji Asumsi Klasik	42
4.4.1	Hasil Uji Multikolineritas	42

4.5 Hasil Metode Analisis Data	43
4.5.1 Hasil Regresi Linear Berganda.....	43
4.6 Hasil Pengujian Hipotesis.....	44
4.6.1 Hasil Uji t	44
4.6.2 Hasil Uji f	45
4.7 Pembahasan	46
4.7.1 Pembahasan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	46
4.7.2 Pembahasan Review Product Terhadap Keputusan Pembeian	48
4.7.3 Pembahasan Content Marketing dan Review Product Terhadap Keputusan Pembelian	48
BAB V SIMPULANDAN SARAN.....	49
5.1 Simpulan.....	49
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

