

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>RINGKESAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	7
1.3    Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1    Tujuan penelitian.....	8
1.3.2    Kegunaan Penelitian.....	8
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>10</b>
2.1    Kajian Pustaka .....	10
2.1.1    Review Penelitian Sejenis .....	10
2.2    Kerangka Konseptual .....	15
2.2.1    Komunikasi .....	15
2.2.2    Komunikasi Pemasaran.....	16
2.2.3    Konten .....	20
2.2.4    Media Sosial.....	22
2.2.5    Instagram.....	23
2.2.6 <i>Influencer</i> .....	24
2.3    Kerangka Teoritis .....	25
2.3.1    Teori Perilaku Terencana ( <i>Theory of Planned Behavior</i> ).....	25
2.3.2 <i>Content Marketing</i> .....	28
2.3.3    Minat Beli .....	30
2.4    Kerangka Pemikiran .....	33

2.5	Hipotesis .....	34
<b>BAB III.....</b>		<b>36</b>
<b>OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>36</b>
3.1	Objek Penelitian .....	36
3.2	Paradigma Penelitian .....	36
3.3	Metodologi Penelitian .....	37
3.4	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	38
3.4.1	Variabel Penelitian .....	38
3.4.2	Operasional Variabel.....	39
3.5	Populasi dan Teknik Sampling.....	41
3.5.1	Populasi .....	41
3.5.2	Teknik Sampling .....	41
3.6	Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data .....	43
3.6.1	Jenis Data .....	43
3.6.2	Prosedur Pengumpulan Data .....	44
3.7	Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	45
3.7.1	Rancangan Analisis Data .....	45
3.7.2	Analisis Deskriptif .....	45
3.7.3	Uji Asumsi Klasik .....	46
3.7.4	Analisis Regresi Linear Berganda.....	48
3.7.5	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	49
3.7.6	Uji Validitas Data dan Reliabilitas.....	51
3.8	Uji Hipotesis .....	53
3.8.1	Uji Signifikan Simultan (uji F) .....	54
3.8.2	Uji Signifikan Parsial (uji t) .....	54
3.9	Lokasi Penelitian .....	56
3.10	Jadwal penelitian .....	56
<b>BAB IV .....</b>		<b>58</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>58</b>
4.1	Hasil Penelitian.....	58
4.1.1	Karakteristik Responden .....	58
4.1.2	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	59

4.1.3	Deskripsi Dimensi-Dimensi <i>Content Marketing</i> (X).....	62
4.1.4	Deskripsi Dimensi-Dimensi Minat Beli (Y).....	70
4.2	Analisis Deskriptif.....	76
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	77
4.3.1	Uji Normalitas.....	77
4.3.2	Uji Multikolinearitas .....	79
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.4	Analisis Data Penelitian .....	81
4.4.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	81
4.4.2	Koefisien Determinasi.....	83
4.4.3	Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik F) .....	84
4.4.4	Uji Signifikan Secara Parsial (Uji Statistik T).....	85
4.5	Pembahasan .....	94
4.5.1	Analisis Kompreherensif.....	94
4.5.2	Pembahasan Secara Simultan Pengaruh <i>Content Marketing</i> dari <i>fashion influencer @nazwaadinda_</i> terhadap minat beli pengguna instagram 96	
4.5.3	Pembahasan Pengaruh Secara Parsial Pengaruh <i>Content Marketing</i> Mengacu pada Dimensi Relevansi (X <sub>1</sub> ) terhadap Minat Beli (Y) Pengguna Instagram .....	97
4.5.4	Pembahasan Pengaruh Secara Parsial Pengaruh <i>Content Marketing</i> Mengacu pada Dimensi Akurasi (X <sub>2</sub> ) terhadap Minat Beli (Y) Pengguna Instagram .....	99
4.5.5	Pembahasan Pengaruh Secara Parsial Pengaruh <i>Content Marketing</i> Mengacu pada Dimensi Bernilai (X <sub>3</sub> ) terhadap Minat Beli (Y) Pengguna Instagram .....	100
4.5.6	Pembahasan Pengaruh Secara Parsial Pengaruh <i>Content Marketing</i> Mengacu pada Dimensi Mudah Dipahami (X <sub>4</sub> ) terhadap Minat Beli (Y) Pengguna Instagram.....	101
4.5.7	Pembahasan Pengaruh Secara Parsial Pengaruh <i>Content Marketing</i> Mengacu pada Dimensi Mudah Ditemukan (X <sub>5</sub> ) terhadap Minat Beli (Y) Pengguna Instagram.....	102
<b>BAB V</b>	.....	<b>104</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b>	.....	<b>104</b>
5.1	Kesimpulan.....	104

5.2	Saran .....	105
5.2.1	Saran Akademis .....	105
5.2.2	Saran Praktis .....	105
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>110</b>