

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
RINGKESAN	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
RIWAYAT HIDUP PENELITI.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Kegunaan Penelitian.....	12
1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian	14
1.5.1 Lokasi Penelitian.....	14
1.5.2 Lamanya Penelitian.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Administrasi.....	15
2.1.1 Pengertian Administrasi.....	15
2.1.2 Administrasi Bisnis	16
2.2 Manajemen Pemasaran.....	17
2.3 Konten Marketing.....	17
2.3.1 Dimensi Konten Marketing	18
2.3.2 Indikator Konten Marketing	19
2.4 Customer Trust (Kepercayaan Pelanggan)	20
2.4.1 Dimensi Customer Trust	20
2.4.2 Indikator Customer Trust	21
2.5 Hubungan Konten Marketing dengan Customer Trust.....	22
2.6 Penelitian Terdahulu	23
2.7 Kerangka Berpikir	26

2.8 Hipotesis	27
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Metode Penelitian	29
3.2 Paradigma Penelitian	29
3.3 Jenis dan Sumber Data	30
3.3.1 Data Primer	30
3.3.2 Data Sekunder	31
3.4 Metode Pengumpulan Data	31
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian	33
3.5.1 Populasi	33
3.5.2 Sampel Penelitian	33
3.6 Variabel Penelitian dan Operasionalisasi Variabel	34
3.6.1 Variabel Penelitian	34
3.6.2 Operasionalisasi Variabel	35
3.7 Instrumen Penelitian	37
3.8 Teknik Analisis Data	38
3.8.1 Analisis Deskriptif	38
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	39
3.8.3 Uji Normalitas	39
3.8.4 Uji Heteroskedastisitas	39
3.9 Analisis Regresi Linier Sederhana	40
3.9.1 Uji Parsial (Uji t)	40
3.9.2 Uji Simultan (Uji F)	41
3.9.3 Koefisien Determinasi	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum <i>@Officialrurik</i>	43
4.1.1 Profil Singkat Perusahaan	43
4.1.2 Visi dan Misi	44
4.1.3 Logo akun Instagram <i>@Officialrurik</i>	44
4.1.4 Struktur Organisasi	45
4.1.1 Karakteristik Responden	48
4.2 Pelaksanaan <i>Konten Marketing</i> pada Akun Instagram <i>@Officialrurik</i> di Bandung	50
4.2.1 <i>Relevance (Relevansi)</i>	51
4.2.2 <i>Value (Nilai)</i>	56
4.2.1 <i>Consistency (Konsistensi)</i>	61

4.2.2 <i>Engagement (Keterlibatan)</i>	66
4.3 Pelaksanaan Customer Trust pada Akun Instagram <i>@Officialrurik</i> di Bandung.....	71
4.3.1 <i>Ability (Kemampuan)</i>	72
4.3.2 <i>Benevolence (Niat Baik)</i>	78
4.3.3 <i>Integrity (Integritas)</i>	83
4.4 Uji Instrumen Penelitian.....	89
4.4.1 Uji Validitas	89
4.4.2 Uji Reliabilitas	91
4.5 Teknik Analisis Data.....	91
4.5.1 Analisis Deskriptif	91
4.6 Uji Asumsi Klasik	93
4.6.1 Uji Normalitas.....	93
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas	95
4.6.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	96
4.6.4 Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t).....	97
4.6.5 Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	98
4.6.6 Koefisien Determinasi (R^2).....	100
4.7 Pembahasan	101
4.7.1 Pengaruh Konten Marketing (X) terhadap Customer Trust (Y) pada Akun Instagram <i>@Officialrurik</i>	102
4.8 Hambatan dan Upaya <i>@Officialrurik</i>	105
4.8.1 Hambatan yang dihadapi	105
4.8.2 Upaya yang dilakukan	106
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan.....	107
5.2 Saran.....	109
5.2.1 Saran untuk Perusahaan (Rurik)	109
5.2.2 Saran untuk Peneliti Selanjutnya	110
DAFTAR PUSTAKA.....	112
LAMPIRAN-LAMPIRAN	114
Lampiran 1 Angket Penelitian	114
Lampiran 2 Pendoman Wawancara	116
Lampiran 3 Data Kuesioner	118
Lampiran 4 Uji hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel X.....	125
Lampiran 5 Uji hasil Validitas dan Reliabilitas Variabel Y	125

Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	126
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas (Grafik Normal Probability Plot).....	126
Lampiran 8 Hasil Uji Nirmalitas	126
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Grafik Scatterplot).....	127
Lampiran 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	127
Lampiran 11 Hasil Uji Secara Parsial (Uji t).....	127
Lampiran 12 Hasil Uji Secara Simultan (Uji F).....	127
Lampiran 13 Koefisien Determinasi (R^2).....	127
Lampiran 14 Surat Keterangan Penelitian.....	128
Lampiran 15 Dokumentasi	129