

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Jenis Usaha, Nama Perusahaan, dan Lokasi Perusahaan	1
1.2 Logo Perusahaan	1
1.2.1 Skala usaha, Perkembangan Usaha, dan Strategi Secara Umum	2
1.2.2 Produk	4
1.2.3 Pengelolaan Sumber Daya	6
1.3 Latar Belakang	6
1.4 Perumusan Masalah	13
1.5 Tujuan Penelitian	14
1.6 Kegunaan Penelitian	14
1.6.1 Kegunaan Teoritis	14
1.6.2 Kegunaan Praktis	14
1.7 Sistematika Penulisan	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	16
2.1 Tinjauan Pustaka Penelitian	16
2.1.1 Pemasaran	16
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3 Strategi Pemasaran	18
2.1.5 Media Sosial.....	19
2.1.6 <i>Instagram Content Marketing</i>	20

2.1.7	Keputusan Pembelian.....	21
2.2	Hubungan Antar Variabel	24
2.2.1	<i>Instagram Content</i> Terhadap Keputusan Pembelian	24
2.3.	Penelitian Terdahulu	25
2.4	Kerangka Pemikiran.....	38
2.5	Hipotesis Penelitian.....	39
2.6	Ruang Lingkup Penelitian.....	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		41
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	41
3.2.1	Operasional Variabel.....	41
3.2.2	Skala Pengukuran.....	45
3.3	Populasi dan Sampel	46
3.3.1	Populasi.....	46
3.3.2	Sampel.....	46
3.4	Teknik Pengumpulan Data	48
3.4.1	Data Primer	48
3.4.2	Data Sekunder	48
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	48
3.5.1	Uji Validitas	53
3.5.2	Uji Reliabilitas	54
3.6	Teknik Analisis Data.....	55
3.6.1	Analisis Deskriptif	55
3.7	Analisis Structural Equation Model – Partial Least Square (SEM-PLS).....	57
3.7	Uji Hipotesis	58
3.7.1	Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji T).....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		60
4.1	Pengumpulan Data	60
4.2	Karakteristik Responden	61
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61

4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	62
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....	63
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan.....	64
4.3	Hasil Penelitian	65
4.3.1	Analisis Deskriptif	65
4.4	Analisis SEM-PLS Versi 3.0.....	76
4.4.1	Pengukuran Model (<i>Outer Model</i>).....	77
4.4.2	Pengukuran Struktural.....	82
4.5	Analisis Hasil Penelitian dan Pembahasan	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		87
5.1	Kesimpulan	87
5.2	Saran.....	88
5.2.1	Saran Bagi Perusahaan.....	88
5.2.2	Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	88
DAFTAR PUSTAKA		90
LAMPIRAN.....		94