

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN MOTTO .....	iv
PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
ABSTRAK.....	xvi
<i>ABSTRACT</i> .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1. Manfaat Akademis .....	8
1.4.2. Manfaat Teoritis .....	9
1.4.3. Manfaat Praktis .....	9
1.5. Kerangka Teori.....	9
1.5.1. Teori <i>Consumer Behavior (CB)</i> .....	9
1.5.2. <i>Content Marketing</i> .....	11
1.5.3. Media Sosial Instagram.....	13
1.5.4. Efektivitas Komunikasi Melalui <i>Content Marketing</i> Instagram .....	14
1.5.5. <i>Brand Awareness</i> .....	16
1.6. Hipotesis .....	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
2.1. <i>Content Marketing</i> .....	20
2.1.1. Pengertian <i>Content Marketing</i> .....	20

2.1.2. Indikator <i>Content Marketing</i> .....	21
2.2. Media Sosial Instagram .....	21
2.2.1. Pengertian Media Sosial.....	21
2.2.2. Pengertian Instagram.....	22
2.3. <i>Brand Awareness</i> .....	24
2.3.1. Pengertian <i>Brand Awareness</i> .....	24
2.3.2. Indikator <i>Brand Awareness</i> .....	24
2.4. Penelitian Terdahulu.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>29</b>
3.1. Jenis Penelitian .....	29
3.2. Operasional Variabel .....	29
3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.3.1. Populasi .....	32
3.3.2. Sampel.....	33
3.4. Sumber Data .....	34
3.4.1. Sumber Data Primer .....	34
3.4.2. Sumber Data Sekunder.....	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.6. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	36
3.6.1. Validitas .....	36
3.6.2. Reliabilitas .....	38
3.7. Teknik Analisis Data .....	39
3.7.1. Analisis Korelasi <i>Product Moment</i> .....	39
3.7.2. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian .....	41
4.1.1. Sejarah Hotel Tentrem .....	44
4.1.2. Visi dan Misi Hotel .....	48
4.1.3. Prinsip dan Nilai Hotel Tentrem .....	48
4.1.4. <i>Five Pillar of Service Excellent dan Handling Complain</i> .....	44
4.1.5. Pemilik Hotel Tentrem.....	45
4.2. Hasil Penelitian.....	45

4.2.1. Analisis Deskriptif Responden.....	44
4.2.2. Deskripsi Variabel.....	48
4.2.2.1. Variabel <i>Content Marketing</i> .....	48
4.2.2.2. Variabel <i>Brand Awareness</i> .....	61
4.2.3. Pengujian Hipotesis.....	72
4.3. Pembahasan .....	75
BAB V_PENUTUP.....	80
5.1. Kesimpulan.....	80
5.2. Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82