

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Landasan Teori.....	13
1. <i>Chaffey's Theory</i>	13
2. Keputusan Pembelian	15
3. <i>Influencer Marketing</i>	21
4. <i>Content marketing</i>	23
5. <i>User Generated Content</i>	27
B. Penelitian Terdahulu	31
C. Hubungan Antar Variabel	37
D. Kerangka Pemikiran.....	38
E. Hipotesis.....	39
BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Rancangan Penelitian	40
B. Objek dan Waktu Penelitian.....	41

C. Populasi.....	41
D. Sampel dan Teknik Sampling	42
E. Jenis Data Penelitian	45
F. Metode Pengambilan Data	46
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	47
H. Definisi Operasional Variabel.....	48
I. Skala Pengukuran.....	49
J. Uji Instrumen	50
K. Teknik Analisis Data.....	57
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	63
A. Hasil Penelitian	63
B. Pembahasan.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	96