

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
ABSTRAK.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	v
HALAMAN PENGESAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Permasalahan	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori.....	10
1. Keputusan Pembelian	10
2. <i>Content Marketing</i>	13
3. <i>Influencer Marketing</i>	16
4. <i>Social Media</i>	18
5. <i>Co branding</i>	20
6. <i>Industri fashion retail</i>	22
B. Penelitian terdahulu	24
C. Hubungan antar variabel	26
1. Hubungan <i>content marketing</i> terhadap keputusan pembelian.....	26
2. Hubungan <i>influencer marketing</i> terhadap keputusan pembelian.....	26
3. Hubungan <i>social media</i> terhadap keputusan pembelian	26
4. Hubungan <i>co branding</i> terhadap keputusan pembelian	27
D. Kerangka Pemikiran Teroritis	28
E. Hipotesis.....	29
BAB III.....	30
METODE PENELITIAN.....	31

A. Rancangan Penelitian.....	30
B. Obyek.....	30
C. Populasi.....	30
D. Sampel dan Teknik Sampel.....	31
E. Jenis Data Penelitian.....	32
F. Prosedur Pengambilan Data	33
G. Klasifikasi Variabel Penelitian.....	33
H. Definisi Operasional Variabel.....	35
I. Skala Pengukuran Variabel.....	36
J. Uji Instrumen	37
K. Teknik Analisis Data	39
L. Uji Asumsi Klasik	41
M. Uji Hipotesis	44
BAB IV	47
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
1. Deskripsi Karakteristik Responden	47
2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	48
3. Analisis Kuantitatif.....	52
B. Pembahasan.....	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
A. Kesimpulan	68
B. Keterbatasan Penelitian.....	69
C. Saran	69
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	74