

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Terotits.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
A. Landasan Teori	10
1. Electronic word-of-mouth	10
2. <i>Digital content marketing</i>	17
3. Penggunaan sosial media.....	23
4. <i>Online Purchase Intention</i>	29
B. Penelitian Terdahulu	35
C. Pengaruh Antar Variabel.....	40
1. Hubungan antara <i>electronic word-of-mouth</i> dengan <i>online purchase intention</i>	40
2. Hubungan antara <i>digital content marketing</i> dengan <i>online purchase intention</i>	42
3. Hubungan antara penggunaan media sosial dengan <i>online purchase intention</i>	43
D. Kerangka Pemikiran.....	44
E. Hipotesis.....	44
BAB III.....	46

METODE PENELITIAN	46
A. Rancangan Penelitian	46
B. Obyek dan Waktu Penelitian	47
1. Obyek Penelitian.....	47
2. Waktu Penelitian	48
3. Populasi	48
C. Jenis Data Penelitian	50
1. Data Primer.....	50
2. Data Sekunder	50
D. Prosedur Pengambilan Data	51
1. Kuesioner	51
E. Klasifikasi Variabel Penelitian	51
1. Variabel Independen	51
2. Variabel Dependen	52
F. Definisi Operasional Variabel	52
G. Skala Pengukuran Variabel	57
H. Uji Instrumen	59
1. Uji Validitas	59
2. Uji Reliabilitas	60
I. Teknik analisis data	61
1. Analisis Deskriptif	61
2. Analisis Kuantitatif	61
BAB IV	66
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	67
A. Analisis Deskriptif	67
1. Karakteristik Mahasiswa di Kabupaten Sleman	67
2. Analisis Deskriptif Variabel	70
B. Analisis Kuantitatif	76
1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	76
2. Uji Asumsi Klasik.....	80

3. Uji Hipotesis	84
C. Pembahasan	89
1. Pengaruh Electronic Word-of-Mouth terhadap Online Purchase Intention.....	89
2. Pengaruh Digital Content Marketing terhadap Online Purchase Intention.....	90
3. Pengaruh Penggunaan Sosial Media terhadap Online Purchase Intention.....	91
BAB V.....	94
KESIMPULAN DAN SARAN	94
A. Kesimpulan	94
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	98

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ulasan online produk Aerostreet	3
Gambar 1.2 Konten pemasaran Aerostreet	4
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	44

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Grafik Klasifikasi Generasi Berdasarkan Tahun Kelahiran Penduduk di D.I Yogyakarta	1
Tabel 1.2 Grafik Jumlah Mahasiswa di D.I Yogyakarta	5
Tabel 3.1 Waktu penelitian	48
Tabel 3.2 Skor Kuisioner	58
Tabel 4.1 Karakteristik Mahasiswa di D.I Yogyakarta	67
Table 4.2 Tanggapan Responden Terhadap Electronic Word-Of-Mouth	70
Tabel 4.3 Tanggapan Responden Terhadap Digital Content Marketing	72
Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Penggunaan Media Sosial	73
Tabel 4.5 Tanggapan Responden Terhadap Online Purchase Intention	75
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	77
Tabel 4.7 Uji Reliabilitas	79
Tabel 4.8 Hasil Uji Normalitas	80
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikoleniaritas	81
Table 4.10 Hasil Uji Heterokedastisitas	83
Tabel 4.11 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	84
Tabel 4.12 Hasil Uji F	88
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	89

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisisioner	103
Lampiran 2 : Uji Regresi Linier Berganda	115