

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.4.1 Manfaat Teoritis	10
1.4.2 Manfaat Praktis.....	10
1.5 Tinjauan Pustaka.....	11
1.5.1 Kajian Teoritik	11
1.5.2 Kajian Empirik	21
1.6 Hubungan Antar Variabel	30
1.7 Kerangka Pemikiran	33
1.8 Hipotesis Dan Model Hipotesis	34
1.9 Definisi Konsep Dan Definisi Operasional.....	35
1.9.1 Definisi Konsep.....	35
1.9.2 Definisi Operasional	36
1.10 Metode Penelitian	38
1.10.1 Jenis Penelitian	38
1.10.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	38
1.10.3 Objek Penelitian	39
1.10.4 Populasi dan Sampel.....	39
1.10.5 Teknik Sampling	40
1.10.6 Jenis Data	40
1.10.7 Teknik Pengumpulan Data.....	41
1.10.8 Skala Pengukuran	41
1.10.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	42

1.10.10 Teknik Analisis Data	42
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	48
2.1 Sejarah Pendirian Nadiraa Hijab	48
2.2 Produk Nadiraa Hijab	49
2.3 Gambaran Content Marketing Nadiraa Hijab	50
2.4 Gambaran Brand Image Nadiraa Hijab.....	52
2.5 Gambaran Kualitas Produk Nadiraa Hijab.....	53
2.6 Gambaran Keputusan Pembelian Nadiraa Hijab	54
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	56
3.1 Uji Instrumen.....	56
3.1.1 Hasil Uji Validitas	56
3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	59
3.2 Karakteristik Responden	60
3.3 Analisis Data Deskriptif.....	61
3.3.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Content Marketing	62
3.3.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Brand Image	71
3.3.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Produk	78
3.3.4 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	87
3.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	95
3.4.1 Uji Normalitas	95
3.4.2 Uji Multikolinearitas.....	96
3.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	97
3.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	98
3.6 Hasil Pengujian Hipotesis	99
3.6.1 Uji F Statistik (simultan).....	99
3.6.2 Uji t Statistik (parsial).....	100
3.6.3 Uji Analisis Determinasi (R ²).....	102
3.7 Pembahasan.....	103
3.7.1 Pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Pada Nadiraa Hijab	103

3.7.2	Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Pada Nadiraa Hijab	104
3.7.3	Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Pada Nadiraa Hijab	105
3.7.4	Pengaruh Content Marketing, Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee Pada Nadiraa Hijab	106
BAB IV	PENUTUP	107
4.1	Kesimpulan.....	107
4.2	Saran	108
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN	114