

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
MOTTO.....	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.5 Tinjauan Pustaka.....	15
1.5.1 Kajian Teori	15
1.5.2 Kajian Empiris	38
1.6 Kerangka Pemikiran	67
1.7 Pengaruh Antar Variabel.....	68
1.8 Hipotesis Penelitian.....	75
1.9 Model Hipotesis	76
1.10 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	77
1.10.1 Definisi Konsep	77
1.10.2 Definisi Operasional	78
1.11 Metode Penelitian	80
1.11.1 Jenis Penelitian.....	80
1.11.2 Ruang Lingkup Penelitian.....	81
1.11.3 Lokasi Penelitian.....	81

1.11.4 Sumber Data.....	81
1.11.5 Teknik Pengumpulan Data	81
1.11.6 Skala Pengukuran.....	82
1.11.7 Populasi dan Sampel	83
1.11.8 Teknik Sampling	84
1.11.9 Uji Instrumen	85
1.11.10 Teknik Analisis Data	87
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	91
2.1 Profil Perusahaan.....	91
2.2 Visi & Misi Kahf	93
2.3 Produk-produk dari Kahf.....	93
2.4 Gambaran <i>Content Marketing</i> Kahf	95
2.5 Gambaran <i>e-WoM</i> Kahf	96
2.6 Gambaran <i>Brand Image</i> Kahf	96
2.7 Gambaran Keputusan Pembelian Kahf	97
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	99
3.1 Uji Instrumen.....	99
3.2 Deskripsi Karakteristik Responden	101
3.3 Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	103
3.4 Analisis Statistik Inferensial	129
3.5 Uji Hipotesis.....	136
3.6 Pembahasan	141
3.7 Pengaruh Antara Variabel Secara Komperhensif	149
3.8 Keterbatasan Penelitian	151
BAB IV PENUTUP	153
4.1 Kesimpulan.....	153
4.2 Saran	154
DAFTAR PUSTAKA	157
LAMPIRAN.....	163