

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Tinjauan Pustaka	8
1.5.1 Tinjauan Teoretis	8
1.5.2 Tinjauan Empiris	27
1.6 Hubungan Antar Variabel	42
1.6.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Customer Engagement</i>	42
1.6.2 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Customer Advocacy</i>	42
1.6.3 Pengaruh <i>Customer Engagement</i> terhadap <i>Customer Advocacy</i> ...	43
1.7 Kerangka Pemikiran	44
1.8 Hipotesis.....	46
1.8.1 Model Hipotesis.....	46
1.9 Definisi Konsep dan Definisi Operasional.....	47
1.9.1 Definisi Konsep	47
1.9.2 Definisi Operasional.....	48
1.10 Metode Penelitian.....	51
1.10.1 Jenis Penelitian	51
1.10.2 Ruang lingkup penelitian.....	52

1.10.3 Lokasi Penelitian	52
1.10.4 Sumber data	52
1.10.5 Teknik Pengumpulan Data	53
1.10.6 Skala Pengukuran	53
1.10.7 Populasi dan Sampel.....	54
1.10.8 Teknik Sampling.....	56
1.10.9 Uji Instrumen.....	57
1.10.10 Teknik Analisis Data.....	59
BAB II GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	64
2.1 Sejarah Perusahaan.....	64
2.2 Visi dan Misi Perusahaan	65
2.3 Profil Perusahaan.....	66
2.4 Struktur Organisasi.....	67
2.5 Bidang Usaha Perusahaan	69
2.6 Media Sosial Instagram CFBEAUTY	70
2.6.1 Konten Pemasaran mengenai Harga Produk.....	71
2.6.2 Konten Rekomendasi Produk.....	72
2.6.3 Konten Tips Kecantikan.....	74
2.6.4 Konten <i>Games</i> dan Seru-seruan	75
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	77
3.1 Karakteristik Responden	77
3.2 Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas.....	79
3.3 Analisis Statistik Deskriptif	81
3.4 Analisis Statistik Inferensial.....	92
3.5 Uji Hipotesis.....	98
3.6 Pembahasan	101
BAB IV PENUTUP	107
4.1 Kesimpulan.....	107
4.2 Saran.....	108
A. Bagi Perusahaan CFBEAUTY	108
B. Bagi Peneliti Selanjutnya:	109
DAFTAR PUSTAKA	110
LAMPIRAN.....	115