

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
LEMBAR ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II.....	20
KAJIAN PUSTAKA	20
2.1 Teori Pendukung	20
2.1.1 <i>Content Marketing</i>	20
2.1.2 <i>Brand Image</i>	23
2.1.3 <i>Brand Trust</i>	26
2.1.4 <i>Perceived Value</i>	30

2.1.5	<i>Purchase Intention</i>	32
2.2	Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	35
2.2.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Brand Image</i>	35
2.2.2	Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Brand Trust</i>	36
2.2.3	Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Perceived Value</i>	38
2.2.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	39
2.2.5	Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	40
2.2.6	Pengaruh <i>Perceived Value</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	41
BAB III		45
METODE PENELITIAN.....		45
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian.....	45
3.1.1	Waktu	45
3.1.2	Tempat.....	45
3.2	Desain Penelitian.....	46
3.3	Populasi dan Sampel	46
3.3.1	Populasi.....	46
3.3.2	Sampel.....	47
3.4	Pengembangan Instrumen	48
3.4.1	Instrumen <i>Content Marketing</i>	48
3.4.2	Instrumen <i>Brand Image</i>	50
3.4.3	Instrumen <i>Brand Trust</i>	52
3.4.4	Instrumen <i>Perceived Value</i>	53
3.4.5	Instrumen <i>Purchase Intention</i>	54
3.5	Teknik Pengumpulan Data	57
3.6	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	58

3.7	Teknik Analisis Data	62
1.	Uji Validitas.....	62
2.	Uji Reliabilitas	62
3.	Uji Hipotesis	63
BAB IV		67
HASIL DAN PEMBAHASAN		67
4.1	Deskripsi Data.....	67
4.1.1	Profil Responden.....	67
4.1.2	Profil Data	71
4.2	Hasil Analisis Data.....	78
4.2.1	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	78
4.2.2	Confirmatory Factor Analysis (CFA).....	84
4.2.3	Uji Hipotesis	87
4.3	Pembahasan.....	89
BAB V.....		98
5.1	Kesimpulan	98
5.2	Implikasi.....	99
5.2.1	Implikasi Praktis	99
5.2.2	Implikasi Teoretis	102
5.3	Keterbatasan Penelitian	102
5.4	Rekomendasi bagi Penelitian Selanjutnya	103
DAFTAR PUSTAKA		105
LAMPIRAN.....		116