

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Kajian Teori.....	13
2.1.1 Keputusan Pembelian.....	13
2.1.2 <i>Content Marketing</i>	13
2.1.3 <i>Peer Influence</i>	15
2.1.4 Minat Beli	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Model Penelitian dan Hubungan Antar Variabel.....	19
2.4 Hipotesis Penelitian.....	20
2.4.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Minat Beli	21
2.4.2 Pengaruh <i>Peer Influence</i> Terhadap Minat Beli	21
2.4.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	22
2.4.4 Pengaruh <i>Peer Influence</i> Terhadap Keputusan Pembelian	23
2.4.5 Pengaruh Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian.....	24

2.4.6 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli	25
2.4.7 Pengaruh <i>Peer Influence</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Objek Penelitian.....	27
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	27
3.3.1 Populasi Penelitian.....	27
3.3.2 Sampel Penelitian.....	28
3.4 Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4.2 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	30
3.5 Definisi Operasional dan Variabel Penelitian	30
3.6 Instrumen Penelitian.....	33
3.7 Teknik Analisis Data	34
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	35
3.7.2 Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i>	35
3.7.3 <i>Model Struktural atau Inner Model</i>	36
3.7.4 <i>Pengujian Hipotesis</i>	37
BAB IV	38
HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN	38
4.1 Hasil Analisis Data	38
4.1.1 Karakteristik Responden	38
4.2 Analisis Statistik Deskriptif	43

4.2.1 Variabel <i>Content Marketing</i>	43
4.2.2 Variabel <i>Peer Influence</i>	44
4.2.3 Variabel Minat Beli	45
4.2.4 Variabel Keputusan Pembelian	46
4.3 Analisis Outer Model (Measurement Model)	47
4.3.1 Nilai Outer Loading	47
4.3.2 Nilai <i>Construct Reliability & Validity (AVE)</i>	48
4.3.3 Nilai <i>Discriminant validity</i>	49
4.4 Analisis Inner Model (<i>Structural Model</i>).....	50
4.4.1 Analisis <i>R-Square</i>	50
4.4.2 Analisis <i>F-Square</i>	51
4.5 Uji Koefisien Jalur	52
4.6 Pengujian Hipotesis.....	53
4.7 Pembahasan.....	56
BAB V	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1 Saran Bagi Penulis	63
5.2.2 Bagi Pembaca.....	64
5.2.3 Bagi Penelitian Selanjutnya	64
5.2.4 Saran bagi Perusahaan	64
DAFTAR PUSTAKA	67