

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	
Error! Bookmark not defined.	
ABSTRAK .....	
Error! Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR.....	
Error! Bookmark not defined.	
DAFTAR ISI .....	i
DAFTAR TABEL.....	4
DAFTAR GAMBAR.....	6
DAFTAR LAMPIRAN.....	7
BAB I PENDAHULUAN.....	
Error! Bookmark not defined.	
1.1 Latar Belakang .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
1.2 Identifikasi Penelitian .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
1.3 Rumusan Masalah.....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
1.4 Tujuan Penelitian .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
1.5 Manfaat Penelitiasn.....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
1.5.1 Manfaat Teoritis .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
1.5.2 Manfaat Praktis.....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	
Error! Bookmark not defined.	
2.1 Kajian Pustaka .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1.1 Ilmu Manajemen.....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1.1.1 Pengertian Manajemen .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1.1.2 Fungsi-Fungsi Manajemen .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1.1.3 Bidang dan Pendekatan Manajemen .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1.1.4 Tipe-tipe Manajemen .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1.1.5 Tujuan Manajemen.....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
2.1.1.6 Level Manajemen .....	
<b>Error! Bookmark not defined.</b>	

2.1.1.7	Manajemen Modern .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2	Manajemen Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.1	Pengertian Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.2	Pengertian Manajemen Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.3	Konsep Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.4	Masalah – Masalah dalam Pemasaran.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.5	Strategi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.6	Marketing Mix.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.7	Strategi Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2.8	<i>Digital Marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3	<i>Content Marketing</i> (Konten Pemasaran).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.1	Pengertian <i>Content Marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.2	Dimensi <i>Content Marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.3	Faktor yang Mempengaruhi <i>Content Marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3.4	Indikator <i>Content Marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4	Kualitas Informasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.1	Pengertian Kualitas Informasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.2	Dimensi Kualitas Informasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Informasi....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4.4	Indikator Kualitas Informasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5	Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.2	Tahapan Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

2.1.5.3	Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5.4	Indikator Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6	Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2	Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.2	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2.3	Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3	Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		
		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1	Metode Penelitian yang digunakan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel/Parameter .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2.1	Definisi Variabel/Parameter .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1	Populasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2	Sampel Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1	Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1	Analisis Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2	Analisis Asosiatif atau Verifikatif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2.1	Analisis Pengaruh <i>Content Marketing</i> ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y) dan Kualitas Informasi ( $X_2$ ) terhadap	

	Keputusan Pembelian (Y) .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
3.5.2.2	Analisis Pengaruh <i>Content Marketing</i> (X <sub>1</sub> ) dan Kualitas Informasi (X <sub>2</sub> ) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
3.6	Tempat dan Waktu Penelitian.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
3.6.1	Tempat Penelitian.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
3.6.2	Waktu Penelitian .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		
	Error! Bookmark not defined.	
4.1	Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.1.1	Profil Singkat Overtime Ciamis .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.1.2	Visi dan Misi .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.1.3	Struktur Organisasi.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.2	Karakteristik Responden .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Produk .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Produk .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.3	Deskripsi Variabel yang diteliti.....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.3.1	Deskripsi Variabel X <sub>1</sub> ( <i>Content Marketing</i> ) .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.3.2	Deskripsi Variabel X <sub>2</sub> (Kualitas Informasi) .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.3.3	Deskripsi Variabel X <sub>3</sub> (Keputusan Pembelian) .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	
4.1.3.4	Rekapitulasi Penelitian .....	
	<b>Error! Bookmark not defined.</b>	

4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.1	Hasil Penelitian Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Overtime Coffee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.2	Hasil Penelitian Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Overtime Coffee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4.3	Hasil Penelitian Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Overtime Coffee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2	Pembahasan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian pada Overtime Coffee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.2	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Overtime Coffee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3	Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian pada Overtime Coffee .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1	Kesimpulan .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2	Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN .....</b>		<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rata-rata Penjualan Overtime Coffee .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 1.2	Pra Survey Keputusan Pembelian .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 1.3	Pra Survey <i>Content Marketing</i> .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 1.4	Pra Survey Kualitas Informasi .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 2.1	Fungsi Manajemen.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 2.2	Bidang dan pendekatan manajemen.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 2.3	Bidang dan pendekatan manajemen.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 2.4	Penelitian Terdahulu .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.2	Pembobotan Nilai dan Jawaban .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3	Tingkat Koefisien Korelasi .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.4	Tingkat Koefisien Korelasi .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.5	Jadwal Penelitian.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.1	Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.2	Tanggapan Responden terhadap pernyataan KontenPemasaran Overtime Coffee Yang Sangat Menarik.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Konten Pemasaran Overtime Coffee Yang Sangat Kreatif .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai Konten Pemasaran Overtime Mencakup Sosial Media Yang Digunakan Secara Umum .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Konten Pemasaran Overtime Sesuai Dengan Kebutuhan .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Merekomendasikan Produk di Overtime Kepada Orang Lain .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Mendapat Manfaat Dari Membeli Produk di Overtime Coffee.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>

- Tabel 4.8 Tanggapan Responden Mengenai Produk di Overtime Sesuai Dengan Keinginan Dan Harapan ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 Tanggapan Responden Mengenai Harga Dan Kualitas Produk Di Overtime Sudah Sesuai ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel *Content Marketing* ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Klasifikasi Interpretasi ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Konten Overtime Coffee Sangat Akurat Dengan Produknya ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13 Tanggapan Responden Mengenai Informasi Yang Disampaikan Overtime Coffee Mengenai Produknya Dapat Diandalkan Dan Tidak Setengah-setengah  
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Tanggapan Responden Mengenai Informasi Mengenai Overtime Coffee Tepat Waktu ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Tanggapan Responden Mengenai Informasi Mengenai Overtime Coffee Sesuai Dengan Kebutuhan..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Mendapatkan Informasi Tentang Overtime Dengan Sangat Cepat ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Mendapatkan Informasi Yang Lengkap Dan Relevan Tentang Overtime Coffee Dari Social Media  
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Mendapatkan Informasi Yang Lengkap Dan Relevan Tentang Overtime Coffee Dari Social Media  
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19 Tanggapan Responden Mengenai Pernyataan Mudah Mendapatkan Informasi Apapun Tentang Overtime Coffee Dari Internet ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Informasi ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21 Klasifikasi Interpretasi ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Produk Di Overtime Karena Produk Yang Ditawarkan Beragam ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23 Tanggapan Responden Mengenai Membeli Produk Di Overtime Karena Produk Yang Ditawarkan Berbeda Dari Pesaingnya..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24 Tanggapan Responden Mengenai Overtime Coffee Memberikan Kesan Yang Baik ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**

- Tabel 4.25 Tanggapan Responden Mengenai Produk Overtime Coffee Memberikan Kepuasan ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.26 Tanggapan Responden Mengenai Akan Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain Setelah Membeli Produk Di Overtime Coffee.....  
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.27 Tanggapan Responden Mengenai Memberikan Informasi Positif Tentang Overtime Coffee..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.28 Tanggapan Responden Mengenai Melakukan Pembelian Ulang Karena Kualitas Produk Overtime Coffee Baik..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.29 Tanggapan Responden Mengenai Merasa Puas Terhadap Produk Overtime Coffee Sehingga Melakukan Pembelian Ulang ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.30 Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Informasi ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.31 Klasifikasi Interpretasi ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.32 Rekapitulasi Hasil Jawaban Variabel  $X_1$ ,  $X_2$ , dan  $Y$ ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.33 Rekap Data Variabel *Content Marketing* dan Keputusan Pembelian  
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.34 Tingkat Koefisien Korelasi *Content Marketing* ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.35 Rekap Data Variabel Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian**Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.36 Tingkat Koefisien Korelasi Kualitas Informasi ..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.37 Rekap Data Variabel *Content Marketing*, Variabel Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**
- Tabel 4.38 Tingkat Koefisien Korelasi *Content Marketing*, Kualitas Informasi dan Keputusan Pembelian..... **Error!**  
**Bookmark not defined.**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	<i>Content Marketing</i> Overtime Coffee.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.1	<i>Digital Marketing landscape</i> .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Overtime Ciamis .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian...	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>
Gambar 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Produk .....	<b>Error!</b> <b>Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	SK Bimbingan Skripsi.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 2	Surat Pengantar Penelitian Skripsi .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 3	Surat Balasan Penelitian Skripsi .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 4	<i>Content marketing</i> Overtime Coffee .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 5	Rata-rata Pembelian Overtime Coffee .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 6	Tentang Overtime.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 7	Visi & Misi Overtime.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 8	Struktur Organisasi Overtime Ciamis .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 9	<i>Jobdesk</i> Overtime Ciamis 1.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 10	<i>Jobdesk</i> Overtime Ciamis 2.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 11	Populasi dari follower Instagram Overtime Coffee .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 12	Rekap Data Identitas Responden Prasurvey.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 13	Rekap data Prasurvey <i>Content Marketing</i> .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 14	Rekap data Prasurvey Kualitas Informasi .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 15	Rekap data Prasurvey Keputusan Pembelian .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 16	Kuesioner Survey .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 17	Identitas Responden Survei.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 18	Rekap Data <i>Content Marketing</i> .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 19	Rekap Data Kualitas Informasi .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 20	Rekap Data Keputusan Pembelian .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 21	Hasil Korelasi Data SPSS .....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 22	Regresi tiap Variabel Hasil SPSS.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 23	Tabel Distribusi T.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	
Lampiran 24	Tabel Distribusi F.....	<b>Error!</b>
	<b>Bookmark not defined.</b>	



