

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis	14
1.4.2 Manfaat Praktis.....	14
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Manajemen.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran	22
2.1.3 Content Marketing.....	31
2.1.4 Kredibilitas <i>Micro-Influencer</i>	39
2.1.5 Brand Awareness.....	47
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	55
2.2 Kerangka Pemikiran	58
2.2.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	59
2.2.2 Pengaruh Kredibilitas <i>Micro-Influencer</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> ...	60
2.2.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan Kredibilitas <i>Micro-Influencer</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	60
2.3 Hipotesis Penelitian	62

BAB III METODE PENELITIAN	63
3.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	63
3.2 Definisi dan Operasional Variabel.....	64
3.2.1 Definisi Variabel	64
3.2.2 Operasional Variabel.....	66
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	67
3.3.1 Populasi.....	67
3.3.2 Sampel.....	68
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.4.1 Sumber Data	70
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	70
3.5 Teknik Analisis Data	71
3.5.1 Analisis Deskriptif.....	71
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	72
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	79
3.6.1 Tempat Penelitian.....	79
3.6.2 Waktu Penelitian	80
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Hasil Penelitian.....	81
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	81
4.1.2 Karakteristik Responden	85
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti	90
4.1.4 Hasil Pengujian Hipotesis.....	139
4.2 Pembahasan.....	174
4.2.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	175
4.2.2 Pengaruh Kredibilitas <i>Micro-Influencer</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	179
4.2.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan Kredibilitas <i>Micro-Influencer</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	184
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	189
DAFTAR PUSTAKA	193
DAFTAR LAMPIRAN	197
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	222