

## DAFTAR ISI

COVER/HALAMAN MUKA

LEMBAR PENGESAHAN

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

ABSTRAK

KATA PENGANTAR        ii

DAFTAR ISI        v

DAFTAR TABEL        viii

DAFTAR GAMBAR        xi

DAFTAR LAMPIRAN        xii

BAB 1 PENDAHULUAN        1

1.1 Latar Belakang Penelitian        1

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah        13

1.2.1 Identifikasi Masalah        13

1.2.2 Rumusan Masalah        14

1.3 Tujuan Penelitian        14

1.4 Manfaat Penelitian        15

1.4.1 Manfaat Teoritis        15

1.4.2 Manfaat Praktis        15

BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS        17

2.1 Kajian Pustaka        17

2.1.1 Ilmu Manajemen        17

2.1.2 Manajemen Pemasaran        21

2.1.3 Kajian Variabel yang diteliti        25

2.1.4 Penelitian Terdahulu Yang Relevan        37

2.2 Kerangka Pemikiran        42

2.2.1 Hubungan Content Marketing dengan Minat Beli Konsumen        42

2.2.2 Hubungan Online Costumer Review dengan Minat Beli Konsumen        42

2.2.3 Hubungan Content marketing dan Online Costumer Review dengan Minat Beli Konsumen        43

2.3 Hipotesis        45

BAB III METODOLOGI PENELITIAN        46

3.1 Metode Penelitian yang Digunakan        46

3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel        47

3.2.1 Definisi Variabel        47

|                                    |   |            |
|------------------------------------|---|------------|
| 3.2.2                              | <u>Operasionalisasi Variabel</u>  | <u>48</u>  |
| 3.3                                | <u>Populasi dan Sampel Penelitian</u>   | <u>50</u>  |
| 3.3.1                              | <u>Populasi</u>   | <u>50</u>  |
| 3.3.2                              | <u>Sampel</u>   | <u>50</u>  |
| 3.4                                | <u>Sumber dan Teknik Pengumpulan Data</u>   | <u>51</u>  |
| 3.4.1                              | <u>Sumber Data</u>  | <u>51</u>  |
| 3.4.2                              | <u>Teknik Pengumpul Data</u>  | <u>52</u>  |
| 3.5                                | <u>Teknik Analisis Data</u>   | <u>54</u>  |
| 3.5.1                              | <u>Analisis Deskriptif</u>  | <u>54</u>  |
| 3.5.2                              | <u>Analisis Verifikatif</u>   | <u>55</u>  |
| 3.6                                | <u>Tempat dan Waktu Penelitian</u>  | <u>61</u>  |
| 3.6.1                              | <u>Tempat Penelitian</u>  | <u>61</u>  |
| 3.6.2                              | <u>Waktu Penelitian</u>   | <u>62</u>  |
| <u>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</u> |   | <u>64</u>  |
| 4.1                                | <u>Hasil Penelitian</u>   | <u>64</u>  |
| 4.1.1                              | <u>Gambaran Umum Objek Penelitian</u>   | <u>64</u>  |
| 4.1.2                              | <u>Karakteristik Responden</u>  | <u>69</u>  |
| 4.1.3                              | <u>Deskripsi Variabel yang Diteliti</u>   | <u>72</u>  |
| 4.1.4                              | <u>Hasil Pengujian Hipotesis</u>  | <u>111</u> |
| 4.2                                | <u>Pembahasan</u>   | <u>129</u> |
| 4.2.1                              | <u>Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap minat beli konsumen</u>                                   | <u>129</u> |
| 4.2.2                              | <u>Pengaruh <i>online customer review</i> terhadap minat beli konsumen</u>                              | <u>133</u> |
| 4.2.3                              | <u>Pengaruh <i>content marketing</i> dan <i>online customer review</i> terhadap minat beli konsumen</u> | <u>135</u> |
| <u>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</u>    |   | <u>138</u> |
| 5.1                                | <u>Simpulan</u>   | <u>138</u> |
| 5.2                                | <u>Saran</u>  | <u>139</u> |
| <u>DAFTAR PUSTAKA</u>              |   | <u>143</u> |
| <u>LAMPIRAN – LAMPIRAN</u>         |   | <u>146</u> |

## DAFTAR TABEL

|  |           |
|--|-----------|
| Tabel 1.1 Hasil Pra Survei terhadap Minat Beli Konsumen pada Rossi Store Ciamis                                | 4         |
| Tabel 1.2 Hasil Pra Survei Terhadap Variabel <i>Content Marketing</i> pada Rossi Store Ciamis                  | 7         |
| Tabel 1.3 Hasil Pra Survei Terhadap Variabel Review ( <i>Online Costumer Review.</i> ) pada Rossi Store Ciamis | 10        |
| Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu   | 38        |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel  | 50        |
| Tabel 3.2 Pembobotan Nilai Jawaban   | 54        |
| Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi                                    | 56        |
| Tabel 3.4 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi                                    | 58        |
| Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan Penelitian   | 63        |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin   | <b>70</b> |
| 2. Pendidikan Terakhir   | 70        |
| 3. Pekerjaan   | 71        |
| 4. Usia Saat Ini   | 71        |
| 5. <i>Content</i> yang dibuat memiliki relevansi dengan produk yang Dipasarkannya                              | 73        |
| 6. Isi <i>content</i> sesuai dengan produk yang di tawarkan  | 74        |
| 7. <i>Content</i> yang dibuat oleh Rossi Store memberikan informasi yang akurat                                | 75        |
| 8. Tingkat kekakuratan produk yang dikontenkan oleh Rossi Store  | 99%       |
| 9. Pembuatan <i>content</i> Rossi Store mengutamakan nilai atau seni <i>content creator</i>                    | 76        |
| 10. <i>Content Creator</i> Rossi Store menjunjung nilai etika dan estetika                                     | 78        |
| 11. Rossi Store menyediakan <i>content</i> yang mudah dipahami dan dimengerti oleh konsumen                    | 79        |
| 12. <i>Content</i> yang dibuat Rossi Store memudahkan penonton memahami isinya                                 | 80        |
| 13. Pemasar mendistribusikan <i>content</i> melalui media sosial yang sesuai                                   | 81        |
| 14. Informasi dapat diakses dengan mudah oleh konsumen   | 82        |
| 15. Pemasar menjaga jumlah <i>content</i> secara teratur   | 83        |
| 16. Pemasar memperbarui informasi untuk memberikan berita terkini kepada konsumen                              | 84        |
| 17. Rekapitulasi hasil tanggapan responden terhadap variabel <i>content marketing</i>                          | 84        |
| 18. Pedoman Interpretasi Konten Marketing  | 83        |
| 19. Saya memberikan review atas <i>content</i> yang saya lihat   | 87        |
| 20. <i>Review</i> yang saya berikan berdasarkan manfaat yang dirasakan oleh saya                               | 88        |
| 21. <i>Review</i> yang diberikan oleh saya berdasarkan kebenaran sumber informasi                              | 89        |
| 22. Saya memberikan <i>review</i> positif karena informasi yang diberikan benar                                | 90        |
| 23. Saya mempertimbangkan argument yang menyakinkan dalam mempertahankan <i>review</i> yang diberikan          | 91        |
| 24. Saya meyakini Bahwa Informasi yang Diberikan Berkualitas   | 92        |

|     |   |     |                              |
|-----|---|-----|------------------------------|
| 25. | <i>Review</i> yang diberikan oleh saya berdasarkan kesesuaian antara informasi dengan barang yang dijual          | 93  |                              |
| 26. | Informasi yang diperoleh konsumen relevan dengan kebutuhan konsumen   | 94  |                              |
| 27. | <i>Review</i> yang saya berikan berdasarkan jumlah ulasan yang barang yang dijual                                 | 94  | dibuat oleh saya atas        |
| 28. | Jumlah ulasan menjadikan masukan bagi saya untuk positif  | 96  | memberikan review            |
| 29. | Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Vaeriablel <i>Online Customer Riview</i>                          | 97  | <i>Online Customer</i>       |
| 30. | Pedoman Interpretasi <i>Online Customer Review</i>  | 98  |                              |
| 31. | Saya merasa senang dan tertarik dengan isi <i>content</i> pemasaran Rossi Store Ciamis                            | 99  | yang di buat oleh            |
| 32. | Saya merasa puas dengan content pemasaran yang di buat oleh   | 100 | Rossi Store Ciamis           |
| 33. | Ketertarikan saya pada content yang dibuat Rossi Store Ciamis untuk mencoba membeli produk yang diiklankannya     | 101 | membuat penasaran            |
| 34. | Saya mencoba memperhatikan setiap content yang dibuat oleh  | 102 | Rossi Store Ciamis           |
| 35. | Saya selalu mengingat konten-konten yang dibuat oleh Rossi  | 103 | Store Ciamis                 |
| 36. | Saya tertarik untuk membeli produk HP yang dijual di Rossi  | 104 | Store Ciamis                 |
| 37. | Saya melakukan pencarian informasi terhadap produk yang ditawarkan oleh Rossi Store Ciamis                        | 105 |                              |
| 38. | Saya ingin mengetahui letak Rossi Store Ciamis  | 106 |                              |
| 39. | Saya ingin mengetahui produk-produk apa saja yang dijual Rossi Store Ciamis                                       | 107 |                              |
| 40. | Saya ingin mengetahui keuntungan membeli HP di Rossi Store  | 108 | Ciamis                       |
| 41. | Rekapitulasi Hasil Tanggapan Responden terhadap Vaeriablel Konsumen   | 109 | Minat Beli                   |
| 42. | Pedoman Interpretasi Minat Beli Konsumen  | 110 |                              |
| 43. | Bobot-Bobot untuk Perhitungan Korelasi $X_1$ terhadap Y   | 111 |                              |
| 44. | Bobot-Bobot untuk Perhitungan Korelasi $X_2$ terhadap Y   | 116 |                              |
| 45. | Persiapan Perhitungan Korelasi Product Moment Variabel <i>online customer review</i> terhadap minat beli konsumen | 122 | <i>content marketing</i> dan |

## DAFTAR GAMBAR

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| Gambar 2.1 Paradigma Penelitian     | 41 |
| Gambar 4.1 Struktur Organisasi Toko | 67 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| Lampiran 1 Surat Izin Penelitian    | <u>146</u> |
| Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian | <u>147</u> |
| Lampiran 3 Kuesioner Penelitian     | <u>148</u> |
| Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden  | <u>152</u> |
| Lampiran 5 Hasil Olah Data SPSS     | <u>159</u> |
| Lampiran 6 Riwayat Hidup            | <u>161</u> |