

# DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR .....	iii
PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR.....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB 1    PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	11
1.3    Tujuan Penelitian.....	12
1.4    Manfaat Penelitian.....	13
1.5    Sistematika Penulisan.....	13
<b>BAB 2    TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>15</b>
2.1    Definisi Konstruk .....	15
2.1.1 <i>Content marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2    Tingkat Kepercayaan .....	20
2.1.3 <i>Brand image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4    Tingkat Kepuasan.....	24
2.1.5 <i>Customer Loyalty</i> .....	28
2.2    Hipotesis Penelitian .....	31
2.2.1    Pengaruh <i>Content marketing</i> terhadap Tingkat Kepuasan <i>Followers</i> 31	
2.2.2    Pengaruh Tingkat Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan <i>Followers</i> .....	34

2.2.3	Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Tingkat Kepuasan <i>Followers</i> .....	36
2.2.4	Pengaruh Tingkat Kepuasan Terhadap Loyalitas <i>Followers</i> .....	37
2.2.5	Pengaruh <i>Content marketing</i> Terhadap Loyalitas <i>Followers</i> .....	39
2.2.6	Pengaruh Tingkat Kepercayaan Terhadap Loyalitas <i>Followers</i> .....	42
2.2.7	Pengaruh <i>Brand image</i> terhadap Loyalitas <i>Followers</i> .....	44
2.3	Kerangka Konseptual Penelitian .....	47
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>48</b>
3.1	Jenis Penelitian .....	48
3.2	Operasional Variabel .....	50
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian.....	53
3.4	Metode Pengumpulan Data .....	55
3.5	Metode Analisis Data .....	57
3.5.1	Analisa Statistik Deskriptif .....	57
3.5.2	Analisa Statistik Inferensial .....	58
3.6	Hasil Pretest.....	61
3.6.1	Validitas Konvergen.....	61
3.6.2	Validitas Diskriminan .....	63
3.6.3	Reliabilitas.....	63
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>65</b>
4.1	Profil Responden .....	65
4.1.1	Domisili.....	65
4.1.2	Gender .....	66
4.1.3	Usia .....	67
4.2	Statistik Deskriptif.....	67
4.2.1	Loyalitas.....	68
4.2.2	<i>Content marketing</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.3	Tingkat Kepercayaan .....	69
4.2.4	<i>Brand image</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.2.5	Tingkat Kepuasan.....	70
4.3	Analisis SEM-PLS.....	71
4.3.1	<i>Outer model</i> .....	71
4.3.2	<i>Inner model</i> .....	76

4.3.3	<i>Analisa Importance Performance Map Analysis</i> .....	79
4.3.4	Pengujian Hipotesis.....	85
4.4	Pembahasan.....	86
4.4.1	<i>Content marketing</i> terhadap Tingkat Kepuasan <i>Followers</i> .....	86
4.4.2	Tingkat Kepercayaan terhadap Tingkat Kepuasan <i>Followers</i> .....	87
4.4.3	<i>Brand image</i> terhadap Tingkat Kepuasan <i>Followers</i> .....	88
4.4.4	Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas <i>Followers</i> .....	89
4.4.5	<i>Content marketing</i> terhadap Loyalitas <i>Followers</i> .....	90
4.4.6	Tingkat Kepercayaan terhadap Loyalitas <i>Followers</i> .....	91
4.4.7	<i>Brand image</i> terhadap Loyalitas <i>Followers</i> .....	92
<b>BAB 5</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>94</b>
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Implikasi Manajerial.....	94
5.3	Saran Penelitian Selanjutnya ( <i>Further Research</i> ).....	96
	<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>97</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perkembangan Jumlah <i>Followers</i> USS FEED di Media Sosial Instagram .....	8
Tabel 3. 1 Jenis - Jenis Penelitian Dilihat dari Berbagai Dasar Pembagian.....	53
Tabel 3. 2 Definisi Konseptual dan Definisi Variabel .....	50
Tabel 3. 3 Penilaian Skala Likert .....	57
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Konvergen Pretest .....	62
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Diskriminan Pretest.....	63
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Pretest .....	64
Tabel 4.1 Profil Responden.....	65
Tabel 4.2 Kriteria Jawaban Responden.....	68
Tabel 4.3 Statistik Deskriptif Loyalitas.....	68
Tabel 4.4 Statistik Deskriptif <i>Content marketing</i> .....	69
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Kepuasan.....	69
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif <i>Brand image</i> .....	70
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Kepuasan.....	70
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Konvergen.....	73
Tabel 4.9 Hasil Uji Diskriminan HTMT .....	74
Tabel 4.10 Hasil Uji Diskriminan Fornell.....	75
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas .....	76
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinearitas.....	78
Tabel 4.13 Hasil Uji R Square .....	78
Tabel 4.14 Hasil Uji F Square.....	79
Tabel 4.15 Hasil Uji IPMA Variabel .....	80
Tabel 4.16 Hasil Uji IPMA Indikator .....	82
Tabel 4.17 Hasil Pengujian Hipotesis .....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Distribusi Penggunaan Media Sosial oleh Pengguna Internet Usia 16-64 Tahun di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 Tampilan akun USS FEED di Instagram .....	7
Gambar 1.3 Tren Penambahan/Penurunan Jumlah Pengikut akun @USSFeed .....	8
Gambar 2.1 <i>Customer Satisfaction Model</i> .....	16
Gambar 2.2 Bagan Konsekuensi Kepuasan Konsumen Bagi Perusahaan .....	17
Gambar 2.3 Faktor - Faktor Pembentuk Citra Merek .....	26
Gambar 2.4 Piramida Loyalitas.....	33
Gambar 4.1 Grafik Domisili Responden.....	66
Gambar 4.2 Grafik Gender Responden.....	66
Gambar 4.3 Grafik Usia Responden .....	67
Gambar 4.4 Hasil Uji <i>Outer model</i> .....	72
Gambar 4.5 Hasil Uji <i>Inner model</i> .....	77
Gambar 4.6 Matriks IPMA Variabel.....	80
Gambar 4.7 Matriks IPMA Indikator.....	83

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Kuesioner.....	A-1
Lampiran B : Output SmartPLS.....	B-1
Lampiran C : Turnitin .....	C-1