

DAFTAR ISI

BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
1.4.1 Aspek Teoritis	5
1.4.2 Aspek Praktis.....	5
1.5 Waktu dan Periode Penelitian	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Rangkuman Teori	7
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	7
2.1.2 Brand Awareness.....	7
2.1.3 Content Marketing	8
2.1.4 Influencer.....	9
2.1.5 Faktor Psikologis	10
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pemikiran	18
2.4 Hipotesis Penelitian	18
2.5 Rung Lingkup Penelitian	18
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis Penelitian.....	20
3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran.....	20
3.3 Populasi dan Sampel	21
3.3.1 Populasi.....	21
3.3.2 Sampel.....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.4.1 Kuesioner (Angket).....	23
3.4.2 Studi Pustaka	23
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	24
3.5.1 Uji Validitas	24
3.5.2 Uji Reliabilitas	26
3.6 Teknik Analisa Data.....	29

3.6.1 Uji t.....	29
3.6.2 Uji F	30
3.6.3 Interpretasi SPSS.....	30
DAFTAR PUSTAKA	33
LAMPIRAN	36
a. Profil Objek Penelitian.....	36
Identitas Responden.....	36
b. Instrumen Penelitian.....	37
c. Hasil Tabulasi Data.....	41
d. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	45
1.1 Hasil Uji Validitas: Brand Awareness (Y).....	45
1.2 Hasil Uji Reliabilitas: Brand Awareness (Y)	45
1.3 Hasil Uji Validitas: Content Marketing (X1)	46
1.4 Hasil Uji Reliabilitas: Content Marketing (X1)	46
1.5 Hasil Uji validitas: Influencer (X2).....	47
1.6 Hasil Uji Reliabilitas: Faktor Psikologis (X3)	48