

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	i
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	1
1.1.1 Profil Perusahaan	1
1.1.2 Logo Perusahaan	1
1.1.3 Fitur.....	2
1.2 Latar Belakang	3
1.3 Rumusan Masalah	19
1.4 Tujuan Penelitian	19
1.5 Manfaat Penelitian	20
1.5.1 Aspek Teoritis	20
1.5.2 Aspek Praktis	20
1.6 Sistematika Penulisan.....	21
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	23
2.1 Rangkuman Teori.....	23
2.1.1 Kerangka SOR	23
2.1.2 Content Marketing	24
2.1.3 Entertainment Intention.....	26
2.1.4 Customer Advocacy	27
2.1.5 Gender	29
2.2 Hubungan Antar Variabel	30
2.2.1 Content Marketing dan Entertainment Intention.....	30
2.2.2 Content Marketing dan Customer Advocacy	30

2.2.3	Entertainment Intentions dan Customer Advocacy.....	31
2.2.4	Entertainment Intentions memediasi antara Content Marketing dan Customer Advocacy	31
2.2.5	Gender memoderasi Entertainment Intentions dan Customer Advocacy.....	32
2.2.6	Penelitian Terdahulu	32
2.3	Kerangka Pemikiran.....	44
2.4	Hipotesis Penelitian	44
2.5	Ruang Lingkup Penelitian.....	45
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1	Jenis Penelitian.....	46
3.2	Operasional Variabel.....	46
3.2.1	Variabel.....	47
3.2.1	Customer Advocacy	51
3.2.2	Skala Pengukuran.....	53
3.3	Tahapan Penelitian	54
3.4	Populasi dan Sampel	55
3.4.1	Populasi.....	55
3.4.2	Sampel.....	55
3.5	Pengumpulan Data	57
3.5.1	Data Primer	58
3.5.2	Data Sekunder	59
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas	59
3.6.1	Uji Validitas	59
3.6.2	Uji Reliabilitas	60
3.7	Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	60
3.7.1	Analisis Deskriptif	60
3.7.2	Structural Equation Model (SEM).....	62

3.7.3	Partial Least Square (PLS).....	62
3.7.4	Pengukuran Model (Outer Model).....	62
3.7.5	Pengukuran Struktural (Inner Model).....	64
3.7.6	Pengujian Hipotesis.....	65
3.7.7	Analisis Efek Mediasi.....	66
3.7.8	Analisis Efek Moderasi.....	66
	DAFTAR PUSTAKA.....	111
	LAMPIRAN.....	118