

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Batasan Penelitian .....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	10
2.1 Content Marketing.....	10
2.1.1 Pengertian Content Marketing .....	10
2.1.2 Dimensi Content Marketing.....	11
2.1.3 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Content Marketing .....	13
2.2 Customer Retention .....	14
2.2.1 Pengertian Customer Retention.....	14
2.2.2 Dimensi Customer Retention .....	14
2.3 Brand Awareness.....	15
2.3.1 Pengertian Brand Awareness .....	15
2.3.2 Dimensi Brand Awareness.....	15
2.4 Social Media.....	17
2.5 Penelitian terdahulu .....	17
2.6 Kaitan Pengaruh Antar Variabel .....	20

2.6.1	Pengaruh Content Marketing Terhadap Brand Awareness .....	20
2.6.2	Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention .....	21
2.6.3	Pengaruh Brand Awareness Terhadap Customer Retention .....	21
2.7	Kerangka Berpikir .....	22
2.8	Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB 3</b>	<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1	Bentuk Penelitian .....	25
3.2	Variabel Penelitian .....	26
3.2.1	Variabel Bebas .....	26
3.2.2	Variabel Mediasi .....	26
3.2.3	Variabel Terikat .....	26
3.2.4	Pengukuran Variabel.....	26
3.3	Teknik Pengumpulan Data .....	27
3.4	Populasi dan Sampel .....	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sample.....	28
3.5	Teknik Pengambilan Sampel.....	29
3.6	Teknik Pengukuran Data .....	29
3.6.1	Uji Validitas .....	30
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	30
3.7	Teknik Analisis Data .....	31
3.7.1	Uji Asumsi Klasik.....	33
3.7.2	Uji Koefisien Determinasi .....	35
3.7.3	Uji F .....	35
3.7.4	Uji T .....	36
3.7.5	Uji Analisis Jalur (Path Analisis).....	36
3.7.6	Pengaruh Langsung, Tidak Langsung dan Pengaruh Total .....	37
<b>BAB 4</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>39</b>
4.1	Deskripsi data dan Analisis .....	39
4.1.1	Deskripsi Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.2	Deskripsi Responden.....	40
4.1.3	Deskripsi Variabel.....	45

4.2	Hasil Uji Instrumen .....	48
4.2.1	Uji Validitas .....	49
4.2.2	Uji Reliabilitas .....	52
4.3	Uji Asumsi Klasik .....	53
4,3.1	Uji Normalitas .....	53
4,3.2	Uji Multikolinearitas .....	54
4,3.3	Uji Heteroskedastisitas .....	55
4.4	Uji Hipotesis .....	56
4,4.1	Hasil regresi Analisis Jalur .....	56
4,4.2	Uji Koefisien Determinasi .....	61
4,4.3	Uji F .....	62
4,4.4	Uji T .....	62
4.5	Hasil Pembahasan .....	63
4.5.1	Pengaruh Content Marketing Terhadap Brand Awareness Lazada	63
4.5.2	Pengaruh Brand Awareness Terhadap Customer Retention Lazada.	64
4.5.3	Pengaruh Content Marketing Terhadap Customer Retention Lazada	64
4.5.4	Pengaruh Tidak Langsung Content Marketing Terhadap Customer Retention melalui Brand Awaareness. ....	64
<b>BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>67</b>
5.1	Kesimpulan .....	67
5.2	Saran .....	67
<b>DAFTAR REFERENSI .....</b>		<b>69</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>		<b>75</b>