

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL .....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
HALAMAN MOTTO .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
<i>ABSTRACT</i> .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Batasan Masalah .....	11
D. Tujuan Penelitian .....	11
E. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori.....	13
1. Kemudahan transaksi .....	13
2. <i>Content Marketing</i> .....	17
3. E-WOM .....	23
4. E-Service Quality.....	28
5. Keputusan pembelian.....	32
B. Penelitian Terdahulu .....	35
C. Model dan Hipotesis Penelitian .....	44

1. Model Penelitian.....	44
2. Hipotesis .....	45
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Motode Penelitian .....	50
1. Jenis Penelitian.....	50
2. Lokasi Penelitian .....	50
3. Populasi dan Sample .....	51
4. Sumber Data .....	53
5. Teknik Pengumpulan Data .....	54
6. Definisi Konseptual dan Definisi Oprasional.....	55
7. Konsep Penelitian.....	60
8. Pengembangan Skala Penelitian.....	61
B. Metode Analisis .....	67
1. Analisis Deskriptif.....	67
2. Uji Keabsahan .....	68
3. Uji Asumsi Klasik .....	70
4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	72
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Hasil Penelitian .....	77
1. Analisis Deskriptif.....	77
2. Hasil Uji Keabsahan .....	84
3. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	87
4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	89
B. Pembahasan.....	93
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	98
B. Saran .....	100
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3. 1 Jumlah Mahasiswa.....	51
Tabel 3. 2 Definisi Operasional .....	58
Tabel 3. 3 Kuesioner Kemudahan Transaksi .....	62
Tabel 3. 4 Kuesioner Content Marketing.....	63
Tabel 3. 5 Kuesioner Electronic Word of Mouth (E-WOM).....	64
Tabel 3. 6 Kuesioner E-Service Quality .....	65
Tabel 3. 7 Kuesioner Keputusan Pembelian .....	66
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	77
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Variabel Kemudahan Transaksi .....	78
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Variabel Content Marketing .....	80
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Variabel E-WOM .....	81
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Variabel E-Service Quality.....	82
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian .....	83
Tabel 4. 7 Uji Validitas .....	84
Tabel 4. 8 Uji Reliabilitas .....	86
Tabel 4. 9 Uji Normalitas.....	87
Tabel 4. 10 Uji Multikolinearitas .....	87
Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas.....	88
Tabel 4. 12 Uji Linearitas.....	88
Tabel 4. 13 Regresi Linear Berganda.....	89
Tabel 4. 14 Hasil Uji t.....	90
Tabel 4. 15 Hasil Uji F.....	91
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Platform Media Sosial Yang Banyak Digunakan di Indonesia.....	2
Gambar 1.2. Platform Favorit Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2023..	3
Gambar 2.1. Model Penelitian .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 1
- Lampiran 2. Kartu Bimbingan Dosen Pembimbing 2
- Lampiran 3. Data Jumlah Mahasiswa Di Purwokerto Utara
- Lampiran 4. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 5. Tanggapan Responden Pada Google Forms
- Lampiran 6. Responden Penelitian
- Lampiran 7. Tabulasi Data
- Lampiran 8. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
- Lampiran 9. Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 10. Hasil Uji Regresi Berganda dan Uji Hipotesis
- Lampiran 11. r Tabel
- Lampiran 12. t Tabel
- Lampiran 13. F Tabel

