

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Dan Rumusan Masalah .....	10
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	10
1.2.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian .....	12
1.3.1 Maksud Penelitian .....	12
1.3.2 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Kegunaan Penelitian .....	13
1.4.1 Kegunaan Praktisi .....	13
1.4.2 Kegunaan Akademis .....	14
1.5 Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	14
1.5.1 lokasi Penelitian.....	14
1.5.2 Waktu penelitian .....	15
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	<b>16</b>
2.1 Kajian Pustaka .....	16
2.1.1 Pemasaran Konten .....	16
2.1.1.1 Pengertian Pemasaran Konten .....	16
2.1.1.2 Tujuan Pemasaran Konten .....	18

2.1.1.3	Indikator Pemasaran Konten.....	18
2.1.2	Video Iklan Pemasaran .....	20
2.1.2.1	Pengertian Video Iklan Pemasaran .....	20
2.1.2.2	Kunci Video Iklan Pemasaran .....	22
2.1.2.3	Tujuan Iklan Pemasaran .....	22
2.1.2.4	Indikator Video Iklan Pemasaran .....	23
2.1.3	Retensi Pelanggan.....	26
2.1.3.1	Pengertian Retensi Pelanggan.....	26
2.1.3.2	Manfaat Retensi Pelanggan .....	28
2.1.3.3	Indikator Retensi Pelanggan .....	29
2.1.3.4	Penelitian Terdahulu .....	30
2.2	Kerangka Pemikiran .....	37
2.2.1	Hubungan Pemasaran Konten (X1) Terhadap Retensi Pelanggan (Y)	38
2.2.2	Hubungan Video Iklan Pemasaran Di Instagram (X2) Terhadap Retensi Pelanggan (Y).....	39
2.2.3	Hubungan Pemasaran Konten (X1) Dan Video Ikla Pemasaran Di Instagram (X2) Terhadap Retensi Pelanggan (Y) .....	40
2.3	Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>43</b>
3.1	Objek Penelitian .....	43
3.2	Metode Penelitian .....	44
3.2.1	Desain Penelitian .....	45
3.2.2	Operasional Variabel .....	49
3.2.3	Sumber Dan Teknik Penentuan Data.....	51
3.2.3.1	Sumber Data (Primer Dan Sekunder) .....	51
3.2.3.2	Teknis Penentuan Data (Penentuan Sempel Minimal.....	51
3.2.4	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	53
3.2.4.1	Uji Validitas .....	55
3.2.4.2	Uji Reliabilitas .....	58
3.2.4.3	Uji MSI (Data Ordinal Ke Interval).....	61
3.2.5	Rancangan Analisis Penelitian Dan Pengujian Hipotesis.....	62
3.2.5.1	Rancangan Analisis .....	62

3.2.5.1.1	Analisis Deskriptif/kualitatif .....	62
3.2.5.1.2	Analisis Verifikatif .....	63
3.2.5.2	Pengujian Hipotesis .....	68
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>73</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	73
4.1.1	Sejarah Singkat Kedai Dimsum Teh Irma Di Karawang.....	73
4.1.2	Logo Kedai Dimsum Teh Irma.....	75
4.1.3	Struktur Organisasi .....	75
4.2	Karakteristik Responden .....	77
4.3	Analisis Deskriptif .....	80
4.3.1	Analisis Deskriptif Mengenai Variabel Pemasaran Konten .....	81
4.3.2	Analisis Deskriptif mengenai Variabel Video Iklan Pemasaran.....	89
4.3.3.	Analisis Deskriptif Variabel Retensi Pelanggan.....	97
4.4	Analisis Verifikatif .....	107
4.4.1	Uji Asumsi Klasik.....	107
4.4.1.1.	Uji Normalitas Data .....	108
4.4.1.2.	Uji Multikolinieritas .....	110
4.4.1.3.	Uji Heteroskedastisitas .....	110
4.4.2	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	112
4.4.3	Analisis Korelasi.....	114
4.4.3.1.	Analisis Korelasi Simultan .....	114
4.4.3.2.	Analisis Korelasi Parsial .....	115
4.4.4	Koefisien Determinasi .....	116
4.4.5	Pengujian Hipotesis .....	118
4.4.5.1.	Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T) .....	118
4.4.5.2.	Pengujian Hipotesis Simultan (Uji F).....	122
4.5	Pembahasan .....	124
4.5.1	Tanggapan Responden Mengenai Pemasaran Konten Pada Kedai Dimsum Teh Irma Di Kabupaten Karawang.....	124
4.5.2	Tanggapan Responden Mengenai Vidio Iklan Pemasaran Pada Kedai Dimsum Teh Irma .....	125
4.5.3	Tanggapan Responden Mengenai Retensi Pelanggan Pada Kedai Dimsum Teh Irma.....	126

4.5.4	Pengaruh Pemasaran Konten Terhadap Retensi Pelanggan Kedai Dimsum Teh Irma Di Kabupaten Karawang .....	128
4.5.5	Pengaruh Vidio Iklan Pemasaran Terhadap Retensi Pelanggan Kedai Dimsum Teh Irma Di Kabupaten Karawang .....	129
4.5.6	Pengaruh Pemasaran Konten Dan Vidio Iklan Pemasaran Terhadap Retensi Pelanggan Kedai Dimsum Teh Irma Di Kabupaten Karawang	130
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>132</b>
5.1	Kesimpulan .....	132
5.2	Saran	135
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>137</b>
<b>LAMPIRAN LAMPIRAN .....</b>		<b>140</b>