



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR RUMUS	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Batasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Gudeg Kaleng	8
B. Pemasaran <i>Online</i>	9
1. Perilaku Konsumen.....	11



2.	Proses Keputusan Pembelian.....	15
3.	<i>Content Marketing</i>	18
C.	Uji <i>Content Validity Ratio (CVR)</i>	23
D.	Uji Asumsi Klasik	24
E.	Regresi.....	26
BAB III METODE PENELITIAN		29
A.	Objek Penelitian.....	29
B.	Data	29
C.	Metode Pengumpulan.....	29
D.	Populasi dan Sampel Penelitian	30
E.	Tahapan Pengolahan	31
F.	Diagram Alir	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		39
A.	Profil “Gudeg Kaleng Bu Tjitro 1925”	39
B.	Profil Responden.....	45
C.	Uji <i>Content Validity Ratio</i>	53
D.	Pengaruh Bauran Pemasaran 4P dan Karakteristik Konsumen terhadap Proses Keputusan Pembelian	56
E.	Strategi Pemasaran <i>Online</i> “Gudeg Kaleng Bu Tjitro 1925”	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		89
A.	Kesimpulan	89
B.	Saran.....	90
LAMPIRAN		94