

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	ii
Pernyataan Bebas Plagiasi	iii
Kata Pengantar	iv
Halaman Persembahan	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GRAFIK	xiii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
B. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
C. Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
E. Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1. Komunikasi Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
2. <i>Content Marketing</i> dalam Komunikasi Pemasaran Media Baru ...	Error! Bookmark not defined.
3. Asosiasi Merek	Error! Bookmark not defined.
F. Kerangka Konsep	Error! Bookmark not defined.
G. Definisi Operasional	Error! Bookmark not defined.
1. Variabel <i>Content Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2. Variabel Asosiasi Merek	Error! Bookmark not defined.
H. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
2. Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3. Hipotesis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4. Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5. Populasi dan Sampel	Error! Bookmark not defined.
6. Metode dan Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
7. Teknik Pengumpulan data	Error! Bookmark not defined.
8. Uji Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.

9. Teknik Analisis Data.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB II CONTENT MARKETING DAN ASOSIASI MEREK ...**Error! Bookmark not defined.**

- A. Perkembangan Pemasaran Digital dan *Content Marketing* di Indonesia.**Error! Bookmark not defined.**
- B. Kajian tentang *Content Marketing*.....**Error! Bookmark not defined.**
- C. Pengembangan Asosiasi Merek Melalui Pemasaran Digital **Error! Bookmark not defined.**

BAB III TREN KOSMETIK DI INDONESIA, PROFIL PIXY COSMETICS DAN RESPONDEN PENELITIAN.....**Error! Bookmark not defined.**

- A. Pasar Kosmetik dan Perilaku Konsumen di Indonesia**Error! Bookmark not defined.**
- B. Gambaran Umum Pixy Cosmetics.....**Error! Bookmark not defined.**
- C. Aktivitas Pemasaran Pixy Cosmetics.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. *TV Commercials*.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Aktivitas Media Sosial**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Event.....**Error! Bookmark not defined.**
- D. Responden Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....**Error! Bookmark not defined.**

- A. PILOT TEST.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Uji Validitas**Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Uji Reliabilitas.....**Error! Bookmark not defined.**

Hasil Uji Reliabilitas dengan *Cronbach's Alpha*.....**Error! Bookmark not defined.**

- B. Deskripsi Responden**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Usia.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Jenis Kelamin**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Domisili.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 4. Pekerjaan atau Profesi**Error! Bookmark not defined.**
 - 5. Intensitas Mengakses Instagram.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 6. Mengetahui *Brand Pixy Cosmetics* dan *Content Marketing*..... **Error! Bookmark not defined.**

- C. Analisis Mean**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Variabel Independen (X).....**Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Variabel Dependen.....**Error! Bookmark not defined.**
- D. Uji Prasyarat.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Uji Normalitas**Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Uji Linearitas.....**Error! Bookmark not defined.**



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PENGARUH CONTENT MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP ASOSIASI MEREK PIXY COSMETICS (Survei Pengaruh Content Marketing di Instagram Pixy Cosmetics terhadap Asosiasi Merek pada Followers Instagram @pixycosmetics)
AGRESTI RETNO S, Lidwina Mutia Sadasri, S.IP., M.A.
Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

B. Analisis Korelasi <i>Pearson</i> Variabel Independen dan Dependen	Error! Bookmark not defined.
C. Analisis Regresi	Error! Bookmark not defined.
D. Uji F	Error! Bookmark not defined.
E. Uji T	Error! Bookmark not defined.
F. Uji <i>Crosstab</i>	Error! Bookmark not defined.
1. Tabulasi Silang Antara Usia Responden dengan Durasi Akses Instagram per Hari	Error! Bookmark not defined.
2. Tabulasi Silang Usia dengan Produk Pixy Cocok Digunakan Sehari-hari	Error! Bookmark not defined.
3. Tabulasi Silang Antara Usia dengan Anggapan Kesesuaian Minat pada Konten Make Up Look	Error! Bookmark not defined.
G. Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
A. Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
B. Saran	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	126

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top Brand Index Pixy Cosmetics	5
Tabel 1.2 Operasionalisasi Konsep.....	31
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kuesioner	77
Tabel 4.2 Reliability Statistics	80
Tabel 4.3 Hasil Uji Reliabilitas dengan Cronbach's Alpha.....	80
Tabel 4.4 Mengetahui Brand Pixy Cosmetics, Konten Make It Glow, Konten Make Up Look, dan Konten Pixyxbeauty Influencer.....	88
Tabel 4.5 Rata-rata Variabel Content Marketing.....	89
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Indikator Keinginan Untuk Mengomentari Konten Make It Glow	92
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Indikator Keinginan Untuk Mengomentari Konten PixyxBeauty Influencer	92
Tabel 4.9 Distribusi Frekuensi Indikator Ketertarikan Untuk Mencari Testimonial Produk	94
Tabel 4.10 Nilai Mean Variabel Asosiasi Merek.....	95
Tabel 4.11 Distribusi Frekuensi Indikator Pandangan terhadap Pixy Cosmetics Sebagai Brand yang Memiliki Formula Produk Terbaik	97
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Indikator Pandangan Audiens terhadap Kandungan Bahan Alami pada Produk	97
Tabel 4.13 Distribusi Frekuensi Indikator Menyukai Tampilan Kemasan Pixy Cosmetics.....	98
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Indikator Kepraktisan Kemasan	99
Tabel 4.15 Uji Linearitas	105
Tabel 4.16 <i>Pearson Test</i>	106
Tabel 4.17 Koefisien <i>Content Marketing</i> terhadap Asosiasi Merek.....	107
Tabel 4.18 Model Summary Content Marketing terhadap Asosiasi Merek	108
Tabel 4.19 ANOVA	109
Tabel 4.20 Koefisien <i>Reliability, Customer Engagement, Intelligence, Emotion, dan Informative</i> terhadap Asosiasi Merek.....	108
Tabel 4.21 Tabulasi Silang Antara Usia dan Durasi Mengakses Instagram.....	109
Tabel 4.22 Tabulasi Silang Antara Usia dengan Kecocokan Menggunakan Produk Pixy untuk Sehari-hari.....	111



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

PENGARUH CONTENT MARKETING DI INSTAGRAM TERHADAP ASOSIASI MEREK PIXY COSMETICS (Survei Pengaruh Content Marketing di Instagram Pixy Cosmetics terhadap Asosiasi Merek pada Followers Instagram @pixycosmetics)
AGRESTI RETNO S, Lidwina Mutia Sadasri, S.IP., M.A.

Universitas Gadjah Mada, 2020 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

Tabel 4.23 Tabulasi Silang Antara Usia dengan Anggapan Kesesuaian Minat dengan Rekomendasi Tampilan pada Konten Make Up Look.....	113
---	-----

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Kerangka Konsep Penelitian.....	28
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Pixy Cosmetics sebelum dan setelah rebranding.....	4
Gambar 1.2 Proses Komunikasi Model Makro.....	8
Gambar 1.3 Proses Komunikasi Model Mikro.	9
Gambar 3.2 TVC Pixy Make It Glow Dewy Cushion	68
Gambar 3.3 TVC Pixy Make It Glow Decorative Series.....	69
Gambar 3.4 TVC Pixy ColoReinvention	69
Gambar 4.1 Model Proses Komunikasi Efek Hirarki	131

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1 Histogram Responden Berdasarkan Usia	81
Grafik 4.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Grafik 4.3 Histogram Responden Berdasarkan Domisili	84
Grafik 4.4 Histogram Responden Berdasarkan Pekerjaan atau Profesi.....	85
Grafik 4.5 Histogram Mengakses Internet.....	86