

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
PERNYATAAN BUKAN HASIL PLAGIARISME	iv
RINGKASAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
BIOGRAFI.....	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Landasan Teoritis	9
2.1.1. Tepung Terigu	9
2.1.2. Donat.....	10
2.1.3. Media Sosial Instagram.....	10
2.1.4. <i>Review Produk</i>	11
2.1.5. <i>Influencer</i>	12
2.1.6. <i>Content Marketing</i>	15

2.1.7. Keputusan Pembelian.....	17
2.1.8. Dampak Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian	19
2.2. Penelitian Terdahulu.....	21
2.3. Kerangka Pikir Penelitian	26
2.4. Hipotesis	27
III. METODE PENELITIAN	28
3.1. Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.2. Populasi dan Sampel	28
3.3. Jenis dan Sumber Data	30
3.4. Pengumpulan Data	30
3.5. Analisis Data.....	31
3.6. Definisi Oprasional.....	37
IV. KEADAAN UMUM LOKASI PENELITIAN	41
4.1. Sejarah Perusahaan.....	41
4.2. Visi dan Misi Perusahaan	41
4.2.1. Visi	41
4.2.2. Misi	42
4.3. Sumberdaya Perusahaan	42
4.3.1. Sumberdaya Manusia	43
4.3.2. Sumberdaya Lahan dan Bangunan	44
4.4. Struktur Organisasi.....	46
V. HASIL DAN PEMBAHASAN	
5.1. Identitas Informan	48
5.2. Identitas Responden	48
5.3. Proses Produksi Pembuatan Donat Jlo	51
5.4. Deskripsi Produk Donat Jlo	53
5.5. Deskripsi Kategori <i>Review Product, Influencer, dan Content Marketing</i>	57
5.6. Pengaruh <i>Review Product, Influencer, dan Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Donat Jlo.....	81

5.7. Dampak <i>Review Product</i> , <i>Influencer</i> , dan <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Donat Jlo.....	90
VI. KESIMPULAN DAN SARAN.....	94
6.1. Kesimpulan	94
6.2. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	96
LAMPIRAN	