

SKRIPSI

**PENGARUH *SOFT SELLING* DAN *CONTENT MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
USAHA KEBABBLASAN DI BANJARMASIN**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen

Oleh:

MUHAMMAD FAUZAN

NIM: 2110312210051

PROGRAM STUDI: MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2025

LEMBAR LEGALITAS

**PENGARUH *SOFT SELLING* DAN *CONTENT MARKETING*
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK
USAHA KEBABBLASAN DI BANJARMASIN**


Yang disusun oleh:

Muhammad Fauzan

NIM: 2110312210051


Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 15 Juli 2025 dan
dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing


M. Yudy Rachman, SE, MM
NIP. 198210232005011001

Mengetahui


Koordinator Program Studi Manajemen


Abdul Hadi, SE., M.Si
NIP. 197007072005011001

**LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Nama : Muhammad Fauzan
NIM : 2110312210051
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Soft Selling* dan *Content Marketing*
Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Usaha
Kebabblasan di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Keuangan
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 15 Juli 2025

Tim Penguji

Pembimbing : M. Yudy Rachman, SE, MM (.....)

Penguji I : Dr. RR. Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si


Penguji II : Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:



Nama : Muhammad Fauzan
NIM : 2110312210051
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Soft Selling* dan *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Usaha Kebabblasan di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Selasa, 15 Juli 2025
Waktu Ujian : 09.00 WITA – 11.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:


No	Nama	Keterangan	Tanda Tangan
1	M. Yudy Rachman, SE, MM	Dosen Pembimbing	

Dengan demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Mengetahui
Koordinator Program Studi Manajemen



Abdul Hadi, SE., M.Si
NIP. 197007071005011001

Mahasiswa


Muhammad Fauzan
NIM. 2110312210051

SURAT PERNYATAAN

Peneliti yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan peneliti ini tidak benar, maka peneliti bersedia menerima akibat hukum dari ketidakbenaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, 31 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Muhammad Fauzan

NIM. 2110312210051

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan Karunia-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Soft Selling* dan *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Usaha Kebabblasan di Banjarmasin”. Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan dan penyusunan skripsi ini, berbagai tantangan dan kesulitan tidak dapat dihindari. Namun, berkat bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak, skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis dengan tulus menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik dalam bentuk materi maupun pemikiran, yang sangat membantu penulis dalam menghadapi berbagai kendala tersebut. Dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Sang Pencipta, senantiasa memberikan kemudahan dan petunjuk di setiap tantangan yang saya hadapi, dan atas izin-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Nabi Muhammad SAW, kekasih Allah SWT yang mulia dan memiliki akhlak paling sempurna. Keteladanan beliau menjadi inspirasi dan motivasi utama dalam menyelesaikan skripsi ini.

3. Kedua orang tua tercinta, Ibunda saya Nikmah, dan Ayahanda saya Mahfudz Abdi, serta saudara saya M. Fachri Abdi dan M. Fareez Zein Abdi yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dan dukungannya yang tidak dapat diungkapkan dengan kata-kata.
4. Bapak Prof. Dr. H. Ahmad Yunani, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
5. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat dan selaku Dosen Pembimbing Akademik yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik.
6. Bapak M. Yudy Rachman, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, dorongan, motivasi, waktu dan membantu dalam menyusun dan mencari solusi dari permasalahan yang dihadapi sehingga skripsi ini bisa terselesaikan.
7. Ibu Dr. Raden Roro Yulianti Prihatiningrum, SE, M.Si selaku Dosen Penguji I yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik.
8. Ibu Siti Aliyati Al-Bushairi, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan kepada peneliti agar penelitian ini menjadi lebih baik.
9. Seluruh Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.

10. Seluruh teman-teman kelas Manajemen B 2021, kelas ganjil, dan konsentrasi pemasaran yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
11. Seluruh teman-teman organisasi yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
12. Seluruh sahabat saya di kampus yang selalu mendukung dan memberikan semangat kepada saya.
13. Nurul Hikmah, yang telah menjadi sumber semangat, dukungan, dan kasih sayang selama perjalanan penyusunan skripsi ini.
14. Diri saya sendiri Muhammad Fauzan yang sudah berjuang dan bertahan sampai di titik ini.

Semoga amal baik mereka memperoleh balasan baik dari Allah SWT dan selalu dalam perlindungan-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, saran dan masukan bagi penulis sangat diharapkan. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Banjarmasin, 31 Juli 2025

Penulis



Muhammad Fauzan

NIM. 2110312210051

ABSTRACT

Muhammad Fauzan (2025). *The Effect of Soft Selling, and Content Marketing on Consumer Purchase Interest in Kebabblasan Business Products in Banjarmasin.* Advisor: M. Yudy Rachman.

This study aims to determine and analyze: (1) the effect of soft selling on consumer buying interest in Kebabblasan business products in Banjarmasin. (2) the effect of content marketing on consumer buying interest in Kebabblasan business products in Banjarmasin.

This type of research is quantitative research. The population used in this study are residents of Banjarmasin city, aged at least 17 years, have seen the marketing koten made by Kebabblasan business and have never bought Kebabblasan business products. Data were collected from 130 respondents. The sampling technique used in this study was purposive sampling using a questionnaire.

The results showed that (1) soft selling has a positive and significant effect on buying interest in Kebabblasan business products in Banjarmasin (2) content marketing has a positive and significant effect on buying interest in Kebabblasan business products in Banjarmasin.

Keywords: Soft Selling, Content Marketing, Purchase Interest

ABSTRAKSI

Muhammad Fauzan (2025). Pengaruh *Soft Selling*, dan *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Usaha Kebabblasan di Banjarmasin. Pembimbing : M. Yudy Rachman.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis: (1) pengaruh *soft selling* terhadap minat beli konsumen pada produk usaha Kebabblasan di Banjarmasin. (2) pengaruh *content marketing* terhadap minat beli konsumen pada produk usaha Kebabblasan di Banjarmasin.

Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah warga kota Banjarmasin, berusia minimal 17 tahun, pernah melihat konten pemasaran yang dibuat oleh usaha Kebabblasan dan belum pernah membeli produk usaha Kebabblasan. Data dikumpulkan dari 130 orang responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* menggunakan kuesioner.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *soft selling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk usaha Kebabblasan di Banjarmasin (2) *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada produk usaha Kebabblasan di Banjarmasin.

Kata Kunci : *Soft Selling*, *Content Marketing*, Minat Beli

DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS	i
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	ii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
<i>ABSTRACT</i>	viii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	9
1.3. Tujuan Penelitian.....	9
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.5. Sistematika Pembahasan	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. <i>Soft Selling</i>	13
2.1.2. <i>Content Marketing</i>	14
2.1.3. Minat Beli	17
2.2. Hasil Penelitian Sebelumnya.....	18
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS.....	32
3.1. Kerangka Konseptual (Model Penelitian).....	32
3.2. Hipotesis Penelitian.....	32
3.2.1. Pengaruh <i>Soft selling</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Usaha Kebabblasan.....	33
3.2.2. Pengaruh <i>Content marketing</i> Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Usaha Kebabblasan	34
BAB IV METODE PENELITIAN	35

4.1.	Ruang Lingkup Penelitian.....	35
4.2.	Jenis Penelitian.....	35
4.3.	Tempat/Lokasi Penelitian.....	35
4.4.	Unit Analisis.....	35
4.5.	Populasi dan Sampel	36
4.5.1.	Populasi.....	36
4.5.2.	Sampel.....	36
4.6.	Variabel dan Definisi Operasional Variabel	37
4.6.1.	Variabel Bebas (Independen)	37
4.6.2.	Variabel Terikat (Dependen)	38
4.6.3.	Definisi Operasional Variabel	38
4.7.	Teknik Pengumpulan Data	39
4.7.1.	Kuesioner	39
4.7.2.	Pengukuran Variabel	40
4.8.	Teknik Analisis Data	41
4.8.1.	Uji Instrumen	41
4.8.1.1.	Uji Validitas.....	41
4.8.1.2.	Uji Realibilitas	42
4.8.2.	Uji Asumsi Klasik	42
4.8.2.1.	Uji Multikolinieritas.....	42
4.8.2.3.	Uji Normalitas.....	43
4.8.2.4.	Uji Linieritas.....	43
4.8.3.	Analisis Regresi Linier Berganda	43
4.8.4.	Uji Hipotesis	45
4.8.4.1.	Uji Kelayakan Model (Model F).....	45
4.8.4.2.	Uji Parsial (Uji T).....	45
4.9.	Jadwal Penelitian.....	46
BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS		47
5.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	47
5.2.	Hasil dan Analisis.....	48
5.2.1.	Karakteristik Responden	48
5.2.2.	Deskripsi Statistik Variabel Penelitian	51
5.2.3.	Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	62
5.2.4.	Analisis Data	64

5.2.5. Hasil Pengujian Hipotesis	70
5.2.6. Pembahasan Hasil Penelitian	72
5.2.7. Implikasi Hasil Penelitian	76
5.2.8. Keterbatasan Penelitian	82
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	83
6.1. Kesimpulan	83
6.2. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	88
KUESIONER PENELITIAN.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	19
Tabel 2 Definisi Operasional Variabel	38
Tabel 3 Skala Likert	40
Tabel 4 Data Responden Berdasarkan Usia	49
Tabel 5 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
Tabel 6 Data Responden Berdasarkan Domisili Sekarang.....	50
Tabel 7 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	50
Tabel 8 Rekapitulasi Variabel Soft Selling.....	51
Tabel 9 Rekapitulasi Variabel Content Marketing	55
Tabel 10 Rekapitulasi Variabel Minat Beli	59
Tabel 11 Hasil Uji Validitas.....	63
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas	64
Tabel 13 Hasil Uji Multikolonieritas.....	64
Tabel 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	65
Tabel 15 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 16 Hasil Uji Linearitas	66
Tabel 17 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 18 Interpretasi Nilai R	69
Tabel 19 Hasil Uji F	71
Tabel 20 Hasil Uji t	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Video Promosi di Instagram @kebabblasan.indonesia	5
Gambar 2 Feed Promosi.....	6
Gambar 3 Hasil Survey Pendahuluan	8
Gambar 4 Kerangka Konseptual	32

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	89
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner.....	94
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	96
Lampiran 4 Hasil Deskriptif Variabel Soft Selling	98
Lampiran 5 Hasil Deskriptif Variabel Content Marketing.....	99
Lampiran 6 Hasil Deskriptif Variabel Minat Beli	102
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas.....	105
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas	106
Lampiran 9 Hasil Uji Multikolinearitas	107
Lampiran 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	107
Lampiran 11 Hasil Uji Normalitas	108
Lampiran 12 Hasil Uji Linearitas.....	108
Lampiran 13 Hasil Analisis Linear Berganda	109
Lampiran 14 Tabel R.....	110
Lampiran 15 Tabel t	110
Lampiran 16 Tabel F	111