

SKRIPSI

PENGARUH POPULARITAS MEREK DAN CONTENT MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM LOTION RACCA BEAUTY MELALUI MEDIA SOSIAL DI KOTA BANJARMASIN

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh Gelar Sarjana (S1)
pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

Siti Aulia Rahmawati

NIM : 2010412220014



**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH POPULARITAS MEREK DAN CONTENT MARKETING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK UMKM LOTION RACCA
BEAUTY MELALUI MEDIA SOSIAL DI KOTA BANJARMASIN**

A. Nama Mahasiswa : Siti Aulia Rahmawati
NIM : 2010412220014

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Prof. Dr. Hairudinor, S. Sos, MM
NIP. 197306161999031003

(.....)

b. Penguji I

Dr. Fitriyadi, M.Si
NIP. 196701131994031001

(.....)

c. Penguji II

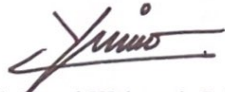
Humaidi, S.AB, M.AB
NIP. 199304212020121013

(.....)

Banjarmasin, Juni 2024

Koordinator Program Studi
Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos., M.AB
NIP. 197511052001122001



Prof. Dr. Hairudinor, S. Sos, MM
NIP. 197306161999031003

Mengetahui
Dekan FISIP ULM



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN
RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 11 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2841/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 10 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Siti Aulia Rahmawati
NIM : 2010412220014
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Popularitas Merek dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM *Lotion Racca Beauty* di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 14.00 Wita s.d Selesai
Nilai : *A*
Dinyatakan : ~~Lulus~~ / Tidak Lulus

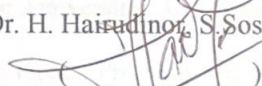

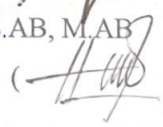
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal :

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Siti Aulia Rahmawati

1. Ketua : Prof. Dr. H. Haidunor, S.Sos, MM
()
2. Sekretaris : Dr. Fitriyadi, M.Pd, CRGP, CTIA
()
3. Anggota : Humaidi, S.AB, M.AB
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



H. Nur Wahyuni, S.Sos, M.AB

NIM 20104122200112 2 001

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala yang senantiasa memberikan bantuan, nikmat rahmat dan hidayah-Nya, sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan proposal ini yang merupakan tugas Metode Penelitian Bisnis yang wajib dipenuhi dengan tepat waktu.

Suatu kebanggaan dan kebahagiaan bagi penulis atas terselesainya penulisan tugas ini, meskipun dalam proses penyusunannya banyak mengalami hambatan dan cobaan, disebabkan atas keterbatasan penulis. Namun, berkat bantuan dan motivasi serta doa dari berbagai pihak, Alhamdulillah penulis dapat melalui semua itu, walaupun penulis menyadari proposal yang berjudul “Pengaruh Popularitas Merek dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Lotion Racca Beauty Melalui Media Sosial di Kota Banjarmasin.” tentu jauh dari kesempurnaan.

Oleh karena itu, saya mohon maaf atas segala kekurangan yang ada, sehingga saya menerima kritik dan saran yang membangun terhadap proposal ini agar kedepannya saya dapat memperbaiki menjadi lebih baik. Semoga dengan adanya proposal ini dapat bermanfaat kepada saya sendiri dan juga pembaca. Akhir kata, saya ucapkan terima kasih. Dalam penyelesaian proposal skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan diri penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada:

1. Kedua Orang tua tercinta yang memberikan doa dan dukungan, finansial selama berkuliah dan pembuatan proposal skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M. Si selaku rector Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S. Sos., M. AB selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
4. Bapak Prof. Dr. Hairudinor, S. Sos, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya dan memberikan bimbingan dalam penulisan proposal skripsi ini
5. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si selaku Dosen Penguji 1.
6. Bapak Humaidi, S.AB, M.AB selaku Dosen Penguji 2.
7. Seluruh teman-teman Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2020, terima kasih atas dukungan dan bantuannya sampai sekarang ini.
8. Dan seluruh pihak yang turut membantu dalam penulisan proposal skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, saya panjatkan puji syukur kepada Allah SWT teriring shalawat kepada Nabi Muhammad SAW sang pencerah dunia ini, atas terselesaikannya penulisan skripsi ini. Skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Penyebab bahagiaku, pendamping langkahku dan yang menguatkan duniaku, pintu surgaku yang sangat penting untukku yaitu Ibu tercinta Ibu Maryati, yang membuat ku tidak goyah menghadapi semua ini. Terima kasih atas segala doa, dukungan dan nasehat yang telah diberikan kepadaku.
2. (Alm) Bapak Yarwono yang saya sayangi dan cintai, walaupun ia tidak bisa mendampingi dan menyaksikan saya bahkan tidak sempat sekalipun mengantarkan saya untuk menemani proses pendidikan kuliah ini tapi saya yakin berkat doa dan usahanya mengajari sedari kecil, saya bisa berada dititik ini. Saya yakin, beliau disana bisa menyaksikan anak-anak nya bisa sampai seperti saat ini.
3. Kepada kakak saya, Novita Dhamayanti. Terima kasih telah senantiasa memberikan semangat, dukungan, motivasi dan menjadi sumber ATM saya sampai akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk sahabat perjuangan saya Syifa Salsabiella, Anisa Fitri, Ardina Aura Syifa, Faiha Zalfa. Juga kepada sahabat saya Dinda Syakira Maulidya, Nur Agisna, Bellany Mahendra Putri, Aida Aulia, Rika Aulia, Ririn, Wanti, Nisa, Laila, Lisa, Qisthi, Helma, Clara, Sabrina.
5. Dan tak lupa kepada calon saya Syarif Ali Ridho Al-Qadrie beserta Ummynya yang telah senantiasa mendukung, memberikan semangat dan mendoakan saya untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri sudah bertahan dan tetap kuat sampai sejauh ini.

“Kita berdua saling terikat, wahai kau yang pertama dan terakhir untukku, tak ada yang lebih penting darimu, selama aku melihatmu bahagia, wahai Ibuku. Semoga dengan terselesaikan skripsi ini dapat menjadi salah satu sebab bahagiamu”

PERNYATAAN ORISINIL

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik diperguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan dari dosen penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan oleh orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



NIM: 2010412220014

ABSTRAK

Siti Aulia Rahmawati, 2010412220014, 2024. Pengaruh Popularitas Merek dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Lotion Racca Beauty Melalui Media Sosial di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Hairudinor.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh popularitas merek dan content marketing terhadap keputusan pembelian Produk UMKM Lotion Racca Beauty Melalui Media Sosial di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan sampel dalam penelitian ini merupakan masyarakat di Banjarmasin berusia 17 tahun ke atas dan pernah melakukan pembelian produk Lotion Racca Beauty sebanyak 100 responden dengan teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner, lalu pengujian hipotesis menggunakan analisis data melalui regresi linier berganda dibantu IBM SPSS Statistik versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Popularitas Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Lotion Racca Beauty di kota Banjarmasin, (2) *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Lotion Racca Beauty di kota Banjarmasin, (3) kualitas produk dan *content marketing* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian Lotion Racca Beauty di kota Banjarmasin.

Kata Kunci: Popularitas Merek, *Content Marketing*, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

Siti Aulia Rahmawati, 2010412220014, 2024. The Influence of Brand Popularity and Content Marketing on Purchase Decisions for MSME Lotion Racca Beauty Products Through Social Media in Banjarmasin City, under the guidance of: Hairudinor.

This research aims to determine and test the influence of brand popularity and content marketing on purchasing decisions for MSME Lotion Racca Beauty products via social media in the city of Banjarmasin.

This research uses a quantitative approach, with the sample in this research being people in Banjarmasin aged 17 years and over who have purchased Racca Beauty Lotion products as many as 100 respondents using an accidental sampling technique. Data collection uses a questionnaire, then hypothesis testing uses data analysis through multiple linear regression assisted by IBM SPSS Statistics version 25. The results of the research show that (1) Brand Popularity has a positive and significant effect on the decision to purchase Racca Beauty Lotion in the city of Banjarmasin, (2) content marketing has a positive and significant effect on the decision to purchase Racca Beauty Lotion in the city of Banjarmasin, (3) product quality and content marketing simultaneous influence on purchasing decisions for Racca Beauty Lotion in the city of Banjarmasin.

Keywords: Brand Popularity, Marketing Content, Purchase Decision.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
KATA PENGANTAR	ii
PERSEMBAHAN.....	iii
PERNYATAAN ORISINIL.....	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	i
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN.....	iii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Landasan Teori.....	15
2.1.1 Pemasaran.....	15
2.1.2 Bauran Pemasaran	15
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	17
2.1.4 Popularitas Merek	18
2.1.5 <i>Content Marketing</i>	20
2.1.6 Media Sosial	23
2.1.7 UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)	26
2.1.8 Keputusan Pembelian.....	29
2.2 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	39
2.3.1 Hipotesis Penelitian.....	39
2.3.2 Model Penelitian	43
BAB III METODE PENELITIAN	45
3.1 Pendekatan Penelitian.....	45
3.2 Desain Penelitian	45
3.3 Lokasi Penelitian.....	46
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Tehnik Sampling	46
3.4.1 Populasi.....	46
3.4.2 Besar Sampel.....	47
3.4.3 Teknik Sampling	48
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	48
3.5.1 Variabel Independen atau Variabel Bebas (X).....	48
3.5.2 Variabel Dependen atau Variabel Terikat (Y)	50
3.6 Teknik Pengumpulan Data	52

3.7	Teknik Analisa Data	53
3.7.1	Skala Pengukuran	53
3.7.2	Deskriptif Statistik	53
3.7.3	Uji Validitas dan Reabilitas	54
3.7.3.1	Uji Validitas	54
3.7.3.2	Uji Reabilitas	55
3.7.3.3	Uji Asumsi Klasik	56
3.7.4	Analisis Linear Berganda	57
3.7.5	Koefisien Determinasi (R^2)	58
BAB IV HASIL PENELITIAN		60
4.1	Profil Responden	60
4.1.1	Berdasarkan Jenis Kelamin	60
4.1.2	Berdasarkan Usia	61
4.1.3	Berdasarkan Wilayah Kecamatan	62
4.1.4	Berdasarkan Pendidikan	62
4.1.5	Berdasarkan Pendapatan	63
4.2	Analisis Statistik Deskriptif	64
4.2.1	Deskriptif Variabel Popularitas Merek (X1)	64
4.2.2	Deskriptif Variabel Popularitas Merek (X2)	67
4.2.3	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	74
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	79
4.3.1	Uji Validitas	79
4.3.2	Uji Reabilitas	81
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	81
4.4.1	Uji Normalitas	81
4.4.2	Uji Multikolinieritas	83
4.4.3	Uji Heteroskedastisitas	84
4.5	Uji Regresi Linear Berganda	85
4.6	Uji Hipotesis	87
4.6.1	Uji t	87
4.6.2	Uji F	88
4.7	Koefisien Determinasi	89
BAB V PEMBAHASAN HASIL		92
5.1	Pembahasan	91
5.1.1	Pengaruh Popularitas Merek (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	91
5.1.2	Pengaruh <i>Content Marketing</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	91
5.1.3	Pengaruh Popularitas Merek (X1) dan <i>Content Marketing</i> (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	93
5.2	Implikasi Hasil Penelitian	94
5.3	Keterbatasan Penelitian	96
BAB VI PENUTUP		97
6.1	Kesimpulan	97
6.2	Saran	98
DAFTAR PUSTAKA		99

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu.....	34
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	51
Tabel 3.2 Instrumen Skala Likert	53
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden	54
Tabel 3.4 Kriteria penentuan uji Durbin Watson	57
Tabel 3.5 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	60
Tabel 4.1 Karakteristik Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	61
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah Kecamatan	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	63
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	64
Tabel 4.6 Jawaban Responden Butir X1 Variabel Popularitas Merek (X1)	65
Tabel 4.7 Jawaban Responden Butir X2 Variabel <i>Content Marketing</i> (X1)	68
Tabel 4.8 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y)	75
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas	80
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	82
Tabel 4.11 Uji Kolmogorov Smirnov	84
Tabel 4.12 Hasil uji multikolinearitas.....	84
Tabel 4.13 Uji regresi linear berganda.....	86
Tabel 4.14 Uji t.....	88
Tabel 4.15 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F).....	89
Tabel 4. 16 Hasil koefisien determinasi	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 data grafik cantik menurut wanita Indonesia	2
Gambar 1.2 <i>instagram</i> UMKM Racca Beauty	6
Gambar 1.3 promosi UMKM Racca Beauty	6
Gambar 1.4 <i>penjualan</i> UMKM Lotion Racca Beauty di Tiktok Shop	7
Gambar 1.5 <i>penjualan</i> UMKM Lotion Racca Beauty di Shopee	7
Gambar 1.6 <i>Pra-Survey</i> brand <i>UMKM</i> Racca Beauty <i>Banjarmasin</i>	8
Gambar 1.7 <i>Pra-Survey terhadap pengetahuan</i> lotion <i>Racca Beauty</i>	8
Gambar 1.8 <i>Pra-Survey</i> penggunaan lotion Racca Beauty	8
Gambar 1.9 <i>Pra-Survey</i> iklan produk Racca Beauty	9
Gambar 1.10 <i>Pra-Survey</i> alasan ketertarikan brand skincare UMKM Banjarmasin	9
Gambar 2.1 Model Penelitian	43
Gambar 4.1 Hasil uji normalitas histogram	83
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot	83
Gambar 4.3 Hasil uji heteroskedastisitas dengan scatterplot	86
Gambar 5.1 Model akhir penelitian	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2 Tabulasi Data	109
Lampiran 3 Output SPSS ver 29.....	117
Lampiran 4 Sertifikat Plagiasi	134
Lampiran 5 Sertifikat TOEFL	136
Biodata Diri	138