

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *CONTENT MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HEROCYN  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK HEROCYN DI  
SURABAYA)**



**Oleh :**

**AISYAHARANI PRASTIWI**

**NPM : 2010212169**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2024**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *CONTENT MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HEROCYN  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK HEROCYN DI  
SURABAYA)**



**Oleh :**

**AISYAHARANI PRASTIWI**

**NPM : 2010212169**

**Program Studi : Manajemen**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)**

**SURABAYA**

**2024**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HEROCYN  
(STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK HEROCYN DI SURABAYA)**

**Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat**

**Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi : Manajemen**

**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**Oleh:**

**AISYAHARANI PRASTIWI**

**NPM : 20.1.02.12169**

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)  
SURABAYA**

**PENGARUH *SOSIAL MEDIA MARKETING* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HEROCYN**

**(Studi Kasus Pada Konsumen Produk Herocyn di Surabaya)**

**Dipersiapkan dan disusun oleh :**

**AISYAHARANI PRASTIWI**

**NPM: 20.1.02.12169**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji  
Pada Tanggal 18 Mei 2024**

**Susunan Tim Penguji :**

**Ketua : Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M.**  
**Anggota : 1. Dr. Firdaus Marsahala Sitohang, S.E., M.M.**  
**2. Sulistyo Budi Utomo, BBA., M.A., Ec., Ph.D.**

**Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima**

**Oleh :**

**Dosen Pembimbing**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**



**Sulistyo Budi Utomo, BBA., M.A., Ec., Ph.D.**



**Dr. Suwitho, M.Si.**



**Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.**

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya :

Nama : **AIYAHARANI PRASTIWI**

N.P.M : **20.1.02.12169**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HEROCYN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK HEROCYN DI SURABAYA)**

Diajukan untuk diuji pada tanggal 18 Mei 2024 adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol tan menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah – olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah – olah pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal diterima.

Surabaya, 18 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



**AIYAHARANI PRASTIWI**

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### A. MAHASISWA

Nama : Aisyaharani Prastiwi  
NPM : 20.1.02.12169  
Program Studi : Manajemen  
Tempat/Tanggal Lahir : Surabaya, 01 November 2001  
Agama : Islam  
Jumlah Saudara/Anak Ke : - / Anak Ke – 1  
Alamat Rumah : Sidokepong RT. 030 RW. 007,  
Buduran, Sidoarjo  
Status : Belum Menikah

### B. ORANG TUA

Nama : Aris Dwi Pristiwanto  
Alamat Rumah/Telepon : Sidokepong RT. 030 RW. 007,  
Buduran, Sidoarjo  
Pekerjaan : Swasta

### C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SD Negeri Bohar Tahun 2014
2. Tamat SMP di SMP Negeri 2 Gedangan Tahun 2017
3. Tamat SMK di SMK Negeri 2 Buduran Tahun 2020
4. Pendidikan Tinggi

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Surabaya	I s/d VIII	2020/2024	-

### D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja di	Jabatan	Keterangan
2021 - 2022	CV Carita Niaga	Admin Marketing	-
2023 - Sekarang	PT Karsa Mulia Karya	Social Media Staff	-

Dibuat dengan sebenarnya

**Aisyaharani Prastiwi**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadirat Allah swt atas segala limpahan rahmat, hidayah serta inayah-Nya, sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HEROCYN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN PRODUK HEROCYN DI SURABAYA)”**.

Penyusunan skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi demi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana ekonomi di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Nur Fadrih Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA., selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Sulistyio Budi Utomo, BBA., M.A., Ec.,Ph.D., selaku dosen pembimbing yang dengan sabar memberikan arahan, motivasi, dan bimbingan selama proses penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen, serta para civitas akademika STIESIA Surabaya yang telah memberikan banyak bekal ilmu dan teladan yang berarti selama kegiatan perkuliahan berlangsung.



5. Kepada orang tua saya yang telah memberikan do'a dan dukungan tiada henti dalam menempuh pendidikan baik secara moral maupun materil.
6. Untuk sahabat saya Ivvone Ramaniar, Lianiz Zahrani, Hanifah Nur Andini, dan Elisa Ayu Pratiwi yang selalu memberikan dukungan maupun do'a dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan dukungan dan bantuan selama proses penulisan skripsi ini saya ucapkan terimakasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca dalam memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 8 Maret 2024

AISYAHARANI PRASTIWI



## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG LUAR SKRIPSI .....	i
HALAMAN SAMBUNG DALAM SKRIPSI .....	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI .....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI .....	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
ABSTRAK .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
<b>BAB 1: PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Kontribusi Praktis .....	6
1.4.2 Kontribusi Teoritis .....	7
1.4.3 Kontribusi Kebijakan .....	7
1.5 Ruang Lingkup dan Fokus Kegiatan .....	7
<b>BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .....</b>	<b>8</b>
2.1 Tinjauan Teoritis .....	8
2.1.1 <i>Social Media Marketing</i> .....	8
2.1.2 <i>Content Marketing</i> .....	11
2.1.3 Keputusan Pembelian .....	13
2.2 Penelitian Terdahulu .....	15
2.3 Rerangka Konseptual .....	17
2.4 Pengembangan Hipotesis .....	17
2.4.1 Pengaruh <i>SocialMedia Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	17
2.4.2 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	18
<b>BAB 3: METODE PENELITIAN .....</b>	<b>20</b>
3.1 Jenis Penelitian Dan Gambaran Populasi .....	20
3.1.1 Jenis Penelitian .....	20
3.1.2 Gambaran Populasi Penelitian .....	21
3.2 Teknik Pengambilan Sampel .....	21
3.2.1 Penentuan Jumlah sampel .....	21
3.2.2 Penentuan sampel .....	22
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	22
3.3.1 Jenis Data .....	23
3.3.2 Sumber Data .....	24
3.4 Variabel Dan Definisi Operasional Variabel .....	25

3.4.1 Variabel .....	25
3.4.2 Definisi Operasional Variabel .....	26
3.5 Teknik Analisa Data .....	31
3.5.1 Uji Instrumen Penelitian .....	31
3.5.2 Regresi Linier Berganda .....	32
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	33
3.5.4 Uji Kelayakan Model .....	36
3.5.5 Uji Hipotesis (Uji t) .....	37
<b>BAB 4:HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	38
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	38
4.1.2 Deskriptif Karakteristik Responden .....	39
4.1.3 Deskriptif Hasil Penelitian .....	41
4.1.4 Uji Instrumen Penelitian .....	50
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	52
4.1.6 Uji Asumsi Klasik .....	54
4.1.7 Uji Kelayakan .....	58
4.1.8 Uji Hipotesis (Uji t) .....	60
4.2 Pembahasan .....	61
4.2.1 Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> (SM) Terhadap Keputusan Pembelian (KP) .....	62
4.2.2 Pengaruh <i>Content Marketing</i> (CM) Terhadap Keputusan Pembelian (KP) .....	63
<b>BAB 5: PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan .....	65
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	66
5.3 Saran .....	66
JADWAL PENELITIAN .....	68
DAFTAR PUSTAKA .....	69
LAMPIRAN .....	72

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Perbandingan Data Penjualan Online .....	4
Tabel 2 Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3 Skala Likert .....	25
Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	40
Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	41
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Transaksi Pembelian .....	42
Tabel 7 <i>Class Interval</i> .....	43
Tabel 8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Social Media Marketing</i> .....	44
Tabel 9 Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Content Marketing</i> .....	46
Tabel 10 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian .....	49
Tabel 11 Hasil Uji Validitas .....	52
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
Tabel 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	54
Tabel 14 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogorov Smirnov</i> .....	57
Tabel 15 Hasil Uji Multikolinearitas .....	58
Tabel 16 Hasil Uji F .....	60
Tabel 17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ ) .....	61
Tabel 18 Hasil Pengujian Hipotesis (Uji t) .....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Rerangka Penelitian .....	18
Gambar 2 Uji Normalitas .....	56
Gambar 3 Uji Heteroskedastisitas .....	59



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner .....	74
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	78
Lampiran 3 Analisis Statistik Deskriptif .....	82
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas .....	88
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	90
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	92
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas .....	93
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinearitas .....	94
Lampiran 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	95
Lampiran 10 Hasil Uji F .....	96
Lampiran 11 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	97
Lampiran 12 Hasil Uji t .....	98
Lampiran 13 Surat Tugas Bimbingan Skripsi .....	97
Lampiran 14 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi .....	98
Lampiran 15 Surat Pernyataan .....	101
Lampiran 16 Sertifikat Seminar Hasil .....	103
Lampiran 17 Surat Keterangan Bebas Plagiasi .....	102
Lampiran 18 Surat Berita Acara .....	103
Lampiran 19 Hasil Plagiasi .....	104