

**STRATEGI PEMASARAN MELALUI CONTENT MARKETING, KUALITAS
PRODUK, DAN PENGALAMAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA PT DELES KARYA SEJATI**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Dan Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



Oleh : NABILA SALSABILA

2010411080

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

2024

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabila Salsabila

Nim : 2010411080

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam skripsi saya yang berjudul “Strategi Pemasaran Melalui Content Marketing, Kualitas Produk dan Pengalaman Pelanggan Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada PT Deles Karya Sejati” merupakan gagasan dan hasil karya saya sendiri dengan arahan komisi pembimbing, dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun pada perguruan tinggi manapun, serta bukan karya jiplakan dan saya bertanggung jawab atas keaslian kebenaran isi dari karya penelitian dengan sikap ilmiah.

Semua data dan informasi yang digunakan telah dinyatakan secara jelas dan dapat dipertiksa kebenarannya. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Jember, 5 November 2024

Nabila Salsa

NIM. 201041



SKRIPSI

STRATEGI PEMASARAN MELALUI CONTENT MARKETING, KUALITAS
PRODUK, DAN PENGALAMAN PELANGGAN DALAM MENINGKATKAN
BRAND AWARENESS PADA PT DELES KARYA SEJATI

Oleh : Nabila Salsabila

NIM. 20.1041.1080

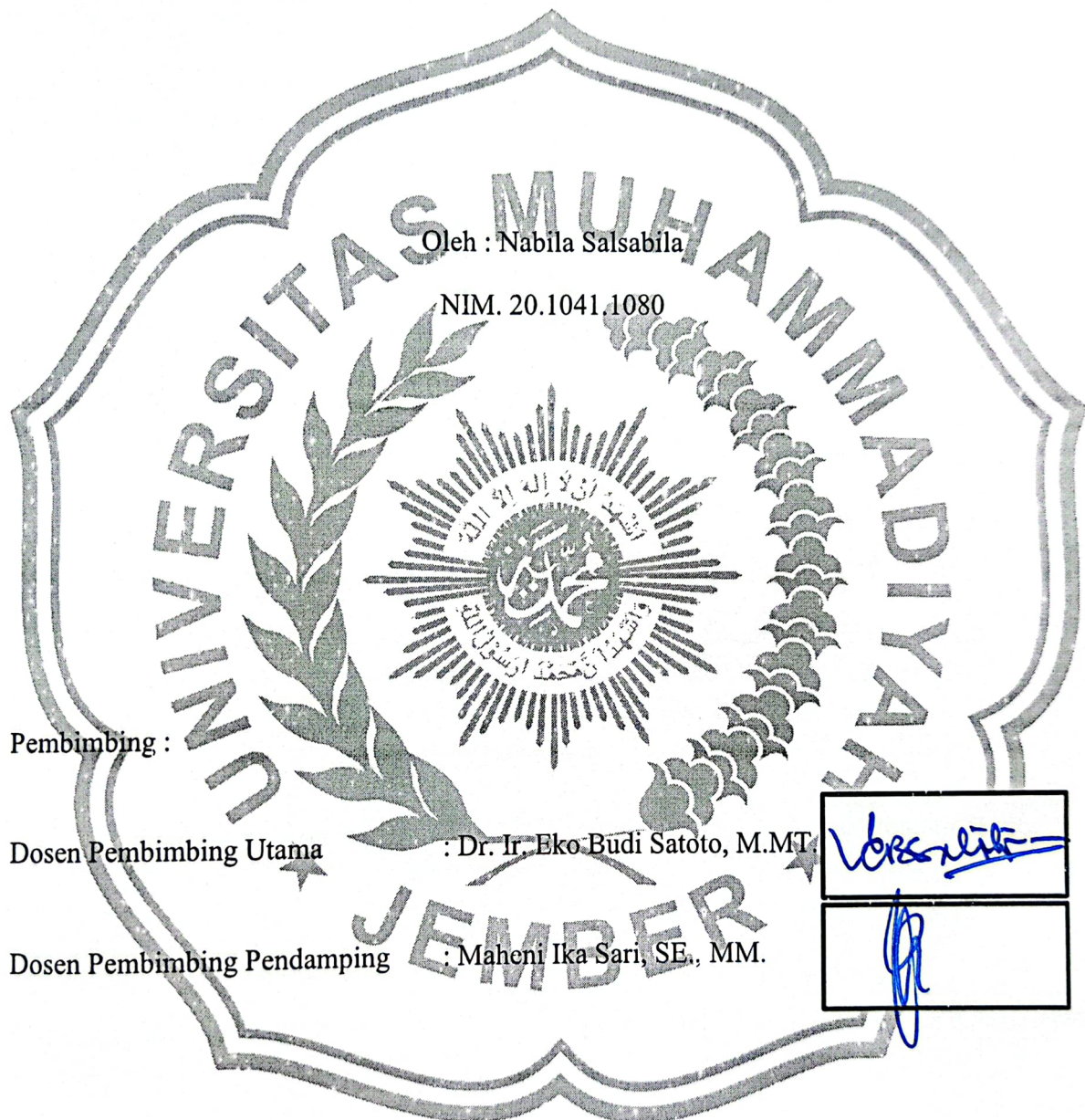
Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M.MT.

Dosen Pembimbing Pendamping

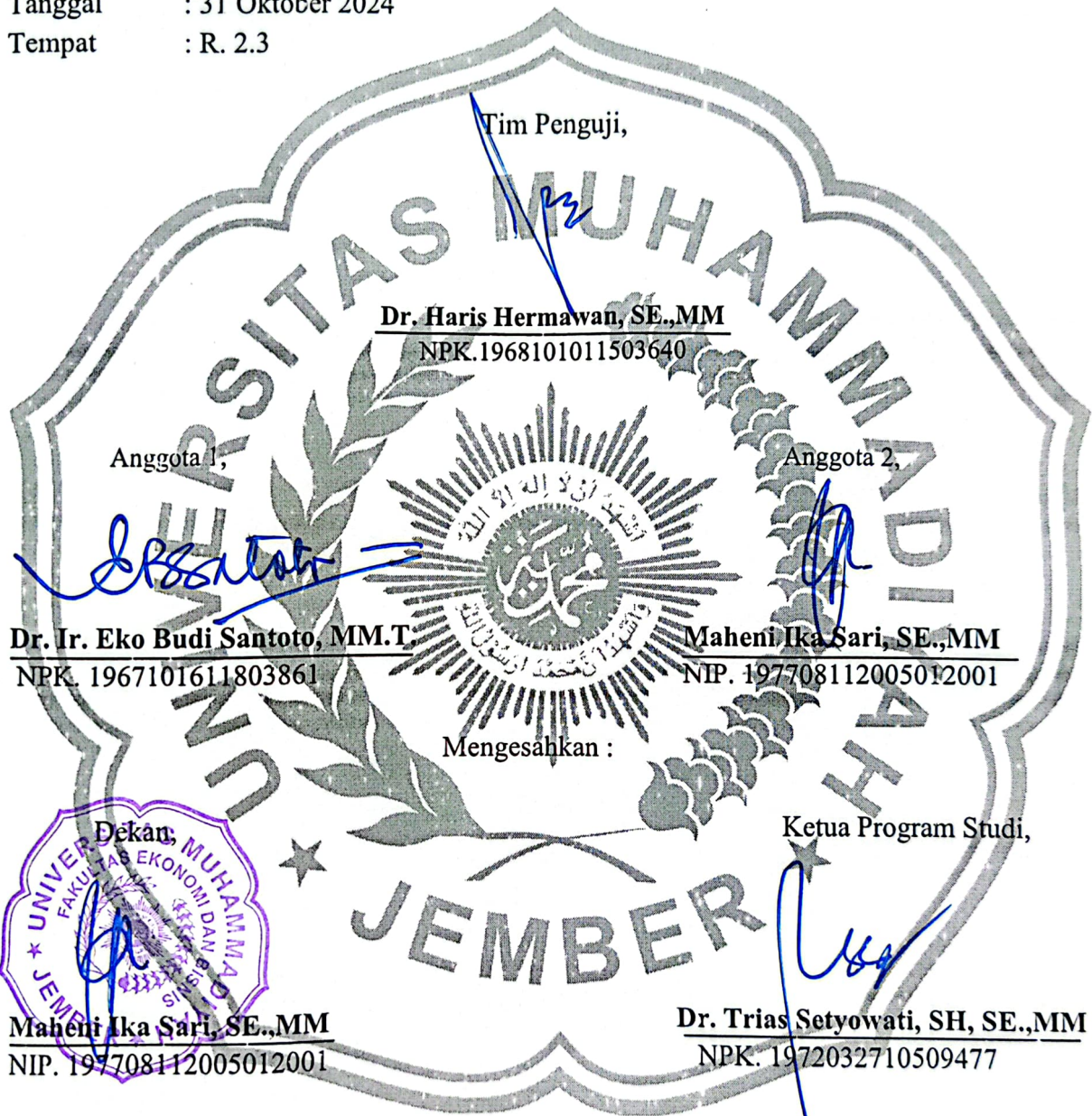
: Maheni Ika Sari, SE., MM.



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul : Strategi Pemasaran Melalui Content Marketing, Kualitas Produk, Dan Pengalaman Pelanggan Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada PT Deles Karya Sejati. Telah diuji dan disahkan oleh fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 31 Oktober 2024
Tempat : R. 2.3



MOTTO

"Allah Tidak Membebani Seseorang Melainkan Sesuai Dengan Kesanggupannya."

(Q.S Al-Baqarah : 286)

“Terlambat Bukan Berarti Gagal, Cepat Bukan Berarti Hebat. Terlambat Bukan Menjadi Alasan Untuk Menyerah, Setiap Orang Memiliki Proses Yang Berbeda. **Percaya Proses** Itu Yang Paling Penting, Karena Allah Telah Mempersiapkan Hal Baik Dibalik Kata Proses Yang Kamu Anggap Rumit.”

(Edwar Satria)

“Orang Tua Dirumah Menanti Kepulanganmu Dengan Hasil Yang Membanggakan, Jangan Kecewakan Mereka. Simpan Keluhmu, Sebab Letihmu Tak Sebanding Dengan Perjuangan Mereka Menghidupimu.”

(Nabila Salsa)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat kesehatan, pemahaman, dan kasih-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai jadwal yang telah direncanakan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat menyelesaikan Sarjana Strata Satu (S1) Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Dalam kesempatan ini saya ucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini diantaranya:

1. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya yang menjadi sebuah alasan utama saya untuk dapat bertahan dalam setiap proses perkuliahan ini, untuk Ayah Hartono dan Ibu Siti Kasanah terimakasih atas doa, pengorbanan, serta kasih sayang yang tidak pernah henti sehingga saya bisa menyelesaikan masa studi sampai sarjana. Ucapan terimakasih saja tidak akan cukup untuk membalas segala pengorbanan beliau, semoga ayah dan ibu sehat selalu dan bahagia dunia akhirat. Dan semoga secepatnya saya bisa membahagiakan ayah dan ibu.
2. Kepada saudara, kakak serta keponakan saya tercinta terimakasih atas dukungan semangat dan dorongan sehingga saya mendapatkan motivasi untuk tidak pantang menyerah dan semua bantuan yang telah diberikan dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Teruntuk sahabat-sahabat saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu, saya mengucapkan terimakasih banyak telah membantu dan menyemangati dalam setiap proses perjuangan ini, semoga persahabatan kita tetap rukun hingga tua kelak. Serta untuk teman-teman angkatan 20 kelas Manajemen C dan Manajemen B terimakasih telah bersedia bertukar pikiran, saling menyemangati dan selalu memberikan warna disetiap kelas perkuliahan.
4. Kepada seseorang spesial yang saat ini bersama saya terimakasih atas dukungan yang selalu kamu berikan, kasih sayangmu yang tulus yang menjadi sumber kebahagiaanku ditengah kesibukan dan tekanan, pengorbananmu yang rela meluangkan waktu, serta kesabaranmu yang luar biasa semoga kita terus bersama.
5. Tak terkecuali untuk Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Bisnis yang selalu memberikan yang terbaik untuk seluruh mahasiswanya, terutama Bapak Dr. Haris Hermawan SE., M.M, Bapak Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M. MT, dan Ibu Maheni Ika Sari, SE.,MM selaku dosen penguji dan pembimbing saya. Terimakasih karena telah tulus ikhlas meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan agar lebih baik dalam penulisan tugas akhir saya.
6. Dan terakhir untuk Nabila Salsabila, diri saya sendiri terimakasih yang telah bekerja keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan, dan terus semangat dalam menyelesaikan penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi penelitian dengan judul “Strategi pemasaran melalui content marketing, kualitas produk, dan pengalaman pelanggan dalam meningkatkan brand awareness pada PT Deles karya sejati”. Guna memenuhi sebagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen program studi Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Peneliti menyadari kelemahan serta keterbatasan yang ada sehingga dalam menyelesaikan skripsi penelitian ini memperoleh bantuan dari berbagai pihak, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Allah SWT berkat rahmat dan kasih sayang-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE. M.M selaku Dekan Fakultas Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Dr. Haris Hermawan SE., M.M selaku dosen penguji yang telah membimbing dan memberikan arahan selama penyusunan proposal skripsi.
5. Bapak Dr. Ir. Eko Budi Satoto, M. MT selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan waktu bimbingan dan arahan selama penyusunan proposal penelitian ini.
6. Ibu Maheni Ika Sari, SE. M.M selaku dosen pembimbing II yang selalu memberikan waktu bimbingan dan arahan selama penyusunan proposal penelitian ini.
7. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
8. Kedua orang tua tercinta Bapak Hartono dan Ibu Siti Kasanah yang telah memberikan doa, dukungan, dan kerja keras kepada putrinya agar tetap semangat menyelesaikan gelar sarjana dan meraih kesuksesan.
9. Rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan bantuan dan masukan yang sangat berguna dalam penyusunan skripsi ini.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas bantuan, nasehat dan dorongan dalam penyusunan proposal penelitian ini.

Meskipun telah berusaha menyelesaikan skripsi penelitian ini sebaik mungkin, penulis menyadari bahwa skripsi penelitian ini masih ada kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan proposal penelitian ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jember, 4 November 2024



Nabila Salsabila
20.1041.1080

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
BAB 2.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Landasan Teori	6
2.1.2 Pengertian Pemasaran	6
2.1.3 Content Marketing.....	7
2.1.4 Kualitas Produk.....	9
2.1.5 Pengalaman Pelanggan.....	10
2.1.6 Brand Awareness.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	13
2.3 Kerangka Konseptual.....	19
2.4 Hipotesis	20

2.4.1 Pengaruh Content Marketing Terhadap Brand Awareness	21
2.4.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Brand Awareness	21
2.4.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap Brand Awareness	21
2.4.4 Pengaruh Content Marketing, Kualitas Produk Dan Pengalaman Pelanggan Terhadap Brand Awareness	22
BAB 3.....	20
METODE PENELITIAN	20
3.1 Identifikasi Variabel	20
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.3 Skala Pengukuran	22
3.4 Desain Penelitian	22
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	23
3.6 Populasi dan Sampel.....	23
3.7 Teknik Pengumpulan Sampel	24
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.9 Teknik Analisis Data	25
3.9.1 Uji Instrumen.....	25
3.10 Analisis Regresi Linier Berganda.....	25
3.11 Uji Asumsi Klasik.....	26
3.12 Uji t (Parsial).....	26
3.13 Uji F (Simultan).....	27
3.14 Analisis Koefisien Determinasi (R ²).....	27
BAB 4.....	28
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1 Gambaran Umum Dan Sejarah Objek Penelitian	28
4.1.2 Visi dan Misi PT Deles Karya Sejati	28
4.1.3 Struktur Organisasi.....	29
4.2 Hasil Analisis	31
4.2.1 Analisis Karakteristik Deskriptif Responden.....	31
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	32
4.3 Uji Instrumen Penelitian	43
4.3.3 Uji Validitas	43
4.3.4 Uji Reliabilitas.....	44

4.4 Uji Asumsi Klasik.....	45
4.4.1 Uji Normalitas	45
4.4.2 Uji Multikolinearitas	45
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	46
4.5 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	46
4.6 Pengujian Hipotesis	47
4.6.1 Uji Signifikasi Pengaruh Parsial (Uji T)	47
4.6.2 Uji F (Simultan).....	48
4.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	48
4.8 Pembahasan	49
4.8.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap <i>Brand Awareness</i>	49
4.8.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap <i>Brand Awareness</i>	49
4.8.3 Pengaruh Pengalaman Pelanggan Terhadap <i>Brand Awareness</i>	50
4.8.4 Pengaruh <i>Content Marketing</i> , Kualitas Produk, Pengalaman Pelanggan Terhadap <i>Brand Awareness</i> Secara Simultan	51
BAB 5.....	53
KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
5.2.1 Bagi Perusahaan	53
5.2.2 Bagi Peneliti Selanjutnya	54
5.2.3 Bagi Akademik.....	54
DAFTAR PUSTAKA	55
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	59

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Penjualan PT Deles Karya Sejati Tahun 2023	5
Tabel 1. 2 Persentase Target Penjualan Per Bulan	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis kelamin	31
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia	31
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Pembelian	32
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Domisili	32
Tabel 4. 5 <i>Content Marketing</i> (X1.1)	33
Tabel 4. 6 <i>Content Marketin</i> (X1.2)	33
Tabel 4. 7 <i>Content Marketing</i> (X1.3)	34
Tabel 4. 8 <i>Content Marketing</i> (X1.4)	34
Tabel 4. 9 <i>Content Marketing</i> (X1.5)	35
Tabel 4. 10 <i>Content Marketing</i> (X1.6)	35
Tabel 4. 11 Kualitas Produk (X2.1)	36
Tabel 4. 12 Kualitas Produk (X2.2)	36
Tabel 4. 13 Kualitas Produk (X2.3)	37
Tabel 4. 14 Kualitas Produk (X2.4)	37
Tabel 4. 15 Kualitas Produk (X2.5)	38
Tabel 4. 16 Kualitas Produk (X2.6)	38
Tabel 4. 17 Pengalaman Pelanggan (X3.1)	39
Tabel 4. 18 Pengalaman Pelanggan (X3.2)	39
Tabel 4. 19 Pengalaman Pelanggan (X3.3)	40
Tabel 4. 20 Pengalaman Pelanggan (X3.4)	40
Tabel 4. 21 Pengalaman Pelanggan (X3.5)	41
Tabel 4. 22 Brand Awareness (Y1.1)	41
Tabel 4. 23 Brand Awareness (Y1.2)	42
Tabel 4. 24 Brand Awareness (Y1.3)	42
Tabel 4. 25 Brand Awareness (Y1.4)	43
Tabel 4. 26 Uji Validitas	43
Tabel 4. 27 Uji Realibilitas	44
Tabel 4. 28 Uji Normalitas One Sample KS	45
Tabel 4. 29 Uji Multikolinieritas	45
Tabel 4. 30 Uji Heteroskedastisitas dengan (Glejser)	46
Tabel 4. 31 Uji Regresi Linier Berganda	46
Tabel 4. 32 Uji T (Parsial)	47
Tabel 4. 33 Uji Simultan	48
Tabel 4. 34 Uji Koefisiean Determinasi (R^2)	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Profil Instagram Deles.id.....	4
Gambar 1. 2 Konten dan aplikasi yang digunakan Deles.....	4
Gambar 1. 3 Diagram Penjualan	6
Gambar 2. 1 Konsep Grand Theory	6
Gambar 2. 2 Piramida puncak pikiran tingkat kesadaran.....	12
Gambar 2. 3 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar 4. 1 Logo PT Deles Karya Sejati	28
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PT Deles Karya Sejati	29



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Pengantar Kuesioner	59
Lampiran 2 Hasil Olah Data Responden	61
Lampiran 3 Karakteristik Responden	56
Lampiran 4 Analisis Indeks Jawaban Responden X1	57
Lampiran 5 Analisis Indeks Jawaban Responden X2	59
Lampiran 6 Analisis Indeks Jawaban Responden X3	61
Lampiran 7 Analisis Indeks Jawaban Responden Y	63
Lampiran 8 Uji Validitas	65
Lampiran 9 Uji Reliabilitas	68
Lampiran 10 Uji Asumsi Klasik	69
Lampiran 11 Uji Regresi Linier Berganda	71
Lampiran 12 Uji T (Parsial).....	71
Lampiran 13 Uji F (Simultan)	71
Lampiran 14 Koefisien Determinasi (R^2)	72
Lampiran 15 Dokumentasi	73

