

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA
DI KAFEIN COFFEE ROASTERY BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

EDO DWI PRASTIYONO

20.104.11.261

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2025

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA
DI KAFEIN COFFEE ROASTERY BANYUWANGI**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

EDO DWI PRASTIYONO

20.104.11.261

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2025

PERNYATAAN

Saya bertanda tangan dibawah ini

Nama : Edo Dwi Prastiyono

Nim : 2010411261

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul “Pengaruh *Content marketing*, *Brand awareness*, dan *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Kafein Coffee Roastery Banyuwangi” adalah hasil karya sendiri. kecuali jika dalam beberapa kutipan sebtansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, Keahsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 14 Februari 2025

Yang menyatakan,

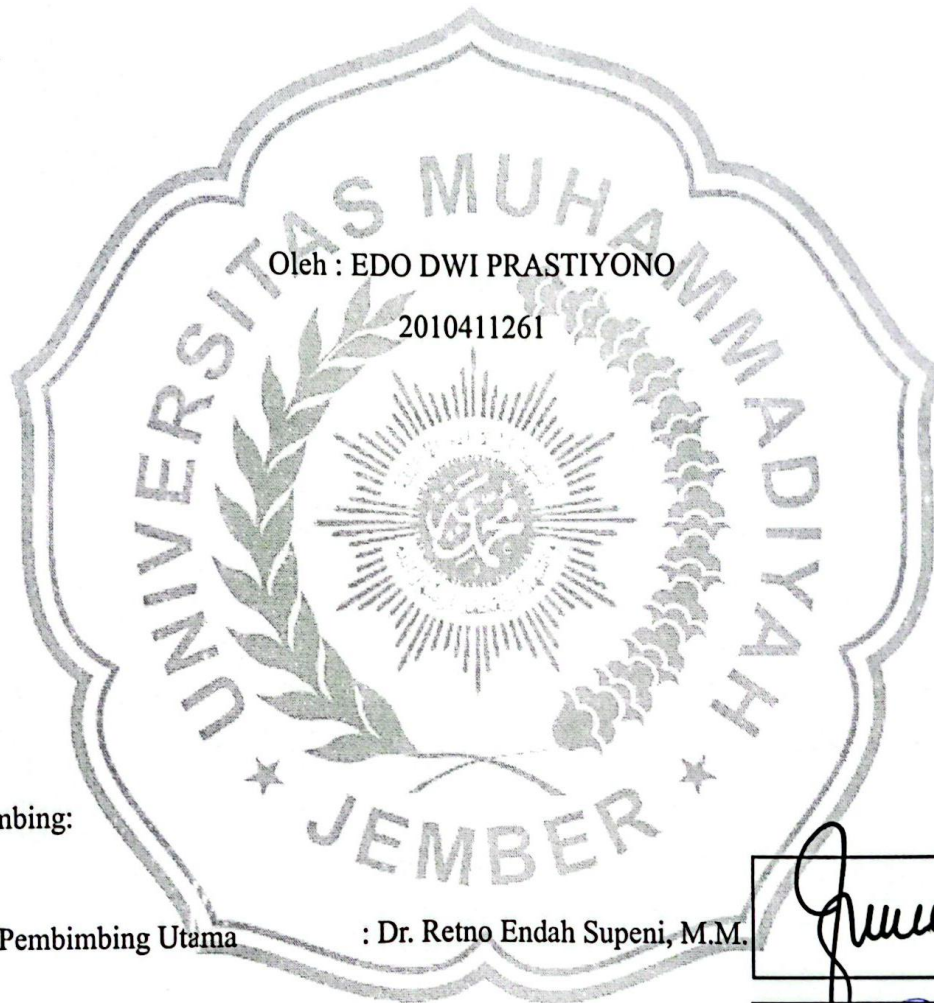
Edo Dwi P

NIM 2010411261



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *BRAND AWARENESS*, DAN *SOCIAL MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA
DI KAFEIN COFFEE ROASTERY BANYUWANGI**





Oleh : EDO DWI PRASTIYONO

2010411261

Pembimbing:

Dosen Pembimbing Utama : Dr. Retno Endah Supeni, M.M.

Dosen Pembimbing Pendamping : Ahmad Izzuddin, S.E., M.M.

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul Skripsi berjudul *PENGARUH CONTENT MARKETING, BRAND AWARENESS, DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MAHASISWA DI KAFEIN COFFEE ROASTERY BANYUWANGI*, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Jum'at

Tanggal : 14 Februari 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tam Penguji,

Dr. Trias Setyowati, S.H., S.E., M.M

NPK. 1972032710509477

Anggota 1,

Dr. Retno Endah Supeni, M.M

NPK. 1967052219510256

Anggota 2,

Ahmad Izzuddin, S.E., M.M.

NPK.1990100711605788

Mengesahkan:

Dekan,

Maheni Ika Sari, S.E., M.M

NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi

Dr. Trias Setyowati, S.H., S.E., M.M

NPK. 1972032710509477

MOTTO

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Terjemahan Q.S Al-Insyirah Ayat 6)

“Tidak masalah seberapa lambat kamu berjalan, selama kamu tidak berhenti”

(Confucius)



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji Syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala nikmat Kesehatan, pemahaman, dan kasihnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan jadwal yang telah direncanakan. Dalam kesempatan ini penulis ucapkan banyak – banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penyelesaian skripsi ini. Dengan penuh kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT, yang telah memberikan hidayah dan karunianya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
2. Kedua orang tua saya dan kekasih saya, yang selalu mendoakan, menyayangi, mendidik, menyemangati dan membimbing saya dengan penuh ketulusan, dan penuh kesabaran. Serta selalu mendukung saya dan menuntun saya kejalan yang benar.
3. Keluarga besar saya yang selalu membantu saya dalam hal apapun.
4. Maheni ika sari, S.E., M.M selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
5. Dr. Trias Setyowati, S.H., S.E., M.M selaku Ketua Program Studi (Kaprodi) Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis.
6. Dr. Trias Setyowati, S.H., S.E., M.M selaku dosen penguji skripsi yang telah bersedia memberikan saran dan masukan serta bimbingannya yang bermanfaat untuk kesempurnaan skripsi ini.
7. Dr. Retno Endah Supeni, M.M selaku dosen pembimbing utama yang dengan sabar telah membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini.
8. Ahmad Izzuddin, S.E., M.M selaku dosen pembimbing pendamping yang dengan sabar telah membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis dalam meyusun skripsi ini.
9. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen khususnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu namanya yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti.
10. Sahabatku yang selalu memberi semangat dan motivasi kepadaku saat mengerjakan skripsi dan selalu ada disaat aku membutuhkan bantuan.
11. Almamater tercinta Universitas Muhammadiyah Jember yang selalu saya banggakan dan memberi pengalaman dan cerita selama perkuliahan.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Alhamdulillahirabbilalamin, Puja dan Puji syukur atas kehadiran Allah SWT., yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan inayah-Nya yang tak terkira besarnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Content marketing*, *Brand awareness*, dan *Social media marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Kafein Coffee Roastery Banyuwangi ”.

Maksud dan tujuan dari penulisan dan penyusunan skripsi ini untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM) pada Program Studi Ekonomi (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Sehubungan dengan itu penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Hanafi M. Pd, selaku rektor Universitas Muhammadiyah Jember;
2. Maheni Ika Sari, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
3. Dr. Trias Setyowati, S.H., S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember;
4. Dr. Trias Setyowati, S.H., S.E., M.M selaku dosen penguji skripsi yang telah bersedia memberikan saran dan masukan serta bimbingannya yang bermanfaat untuk kesempurnaan skripsi ini;
5. Dr. Retno Endah Supeni, M.M selaku dosen pembimbing utama yang dengan sabar telah membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini;
6. Ahmad Izzuddin, S.E., M.M selaku dosen pembimbing pendamping yang dengan sabar telah membimbing dan memberi pengarahan kepada penulis dalam menyusun skripsi ini;
7. Seluruh Staf Pengajar/Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan segenap ilmunya kepada penulis, khususnya Staf Pengajar Jurusan Manajemen;
8. Kedua orang tua tercinta, untuk seluruh cinta dan kasih sayang, do'a, dukungan dan perhatiannya yang tak terbatas. Terima kasih untuk segalanya, baru ini yang bisa saya persembahkan, semoga hal ini menjadi awal yang baik untuk kedepannya;
9. Seluruh keluarga dan saudara-saudara, atas dukungan dan doanya, semoga kalian sukses dalam menjalani hidup;
10. Sahabat, yang selama ini telah menemani dan telah memberikan semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini;

11. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, semoga semua ini bisa memberikan sedikit kebahagiaan dan menuntun pada langkah yang lebih baik lagi. Akhir kata penulis berharap agar skripsi ini bisa bermanfaat bagi semua pembaca.

Jember, 14 Februari 2025

Penyusun,

Edo Dwi Prastiyono



DAFTAR ISI

PERNYATAAN	i
PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1.Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori	7
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual.....	15
2.4 Hipotesis Penelitian	16
BAB 3 METODE PENELITIAN	20
3.1 Identifikasi Variabel	20
3.2 Definisi Operasional Variabel	20
3.3 Desain Penelitian	22
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	22
3.5 Populasi dan Sampel.....	22
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.7 Metode Pengukuran	24
3.8 Uji Instrumen Penelitian	24
3.9 Metode Analisis Data.....	25
3.10 Uji Hipotesis.....	27
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	29
4.2 Karakteristik Responden.....	31
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	33
4.4 Hasil dan Pembahasan	42
4.5 Teknik Analisis Data	42
4.6 Pembahasan	50
BAB 5 PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN - LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 1.1	Pengguna Aplikasi Media Sosial.....	2
Tabel 1.2	Data Penjualan 2020 – 2023.....	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1	Skala Likert.....	24
Tabel 4.1	Struktur Organisasi Kafein Coffe Roastery.....	30
Tabel 4.2	Karakteristik Jenis Kelamin.....	31
Tabel 4.3	Karakteristik Usia Responden.....	32
Tabel 4.4	Karakteristik Berdasarkan Program Studi.....	32
Tabel 4.5	Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	33
Tabel 4.6	Karakteristik Berdasarkan Platform Media Sosial.....	33
Tabel 4.7	<i>Content marketing</i> (X1.1).....	34
Tabel 4.8	<i>Content marketing</i> (X1.2).....	34
Tabel 4.9	<i>Content marketing</i> (X1.3).....	35
Tabel 4.10	<i>Content marketing</i> (X1.4).....	35
Tabel 4.11	<i>Content marketing</i> (X15).....	36
Tabel 4.12	<i>Brand awareness</i> (X2.1).....	36
Tabel 4.13	<i>Brand awareness</i> (X2.2).....	37
Tabel 4.14	<i>Brand awareness</i> (X2.3).....	37
Tabel 4.15	<i>Social media marketing</i> (X3.1).....	38
Tabel 4.16	<i>Social media marketing</i> (X3.2).....	38
Tabel 4.17	<i>Social media Marketing</i> (X3.3).....	39
Tabel 4.18	<i>Social media Marketing</i> (X3.4).....	39
Tabel 4.19	<i>Social media marketing</i> (X3.5).....	40
Tabel 4.20	Keputusan Pembelian Y1.....	40
Tabel 4.21	Keputusan Pembelian Y2.....	41
Tabel 4.22	Keputusan Pembelian Y3.....	41
Tabel 4.23	Keputusan Pembelian Y4.....	42
Tabel 4.24	Hasil Uji Validitas.....	43
Tabel 4.25	Hasil Uji Reliabilitas.....	44
Tabel 4.26	Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
Tabel 4.27	Hasil Uji Normalitas.....	47
Tabel 4.28	Hasil Uji Multikolonieritas.....	48
Tabel 4.29	Hasil Uji t – parsial.....	49
Tabel 4.30	Hasil Uji Koefisien Detereminasi (R^2).....	50

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Platform Instagram Kafein Coffee Roastery Banyuwangi.....	4
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	8
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 4.1 Kafein Coffee Roastery Banyuwangi.....	29
Gambar 4.2 Uji Normalitas P-Plot.....	46
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	59
Lampiran 2. Tabulasi Data.....	62
Lampiran 3. Olah Data SPSS.....	66
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas.....	70
Lampiran 5. Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
Lampiran 6. Hasil Uji Klasik.....	72
Lampiran 7. Hasil Uji Hipotesis.....	74
Lampiran 8. Dokumentasi.....	75

