

**EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS KREATIVITAS  
KONTEN, FREKUENSI DAN KONSISTENSI PUBLIKASI KONTEN DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK LOKAL (STUDI KASUS DELES  
BANYUWANGI)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Progam Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :  
**Apriska Putri Meilinda**

**NIM: 2210411075**

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

**2026**

**EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS KREATIVITAS  
KONTEN, FREKUENSI DAN KONSISTENSI PUBLIKASI KONTEN DALAM  
MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK LOKAL (STUDI KASUS DELES  
BANYUWANGI)**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Melengkapi Tugas Akhir Progam Studi Manajemen (S1) Dan Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen



Oleh :

**Apriska Putri Meilinda**

**NIM: 2210411075**

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

**2026**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Apriska Putri Meilinda

NIM : 2210411075

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa SKRIPSI yang berjudul "*Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Berbasis Kreativitas Konten, Frekuensi dan Konsistensi Publikasi Konten dalam Meningkatkan Brand awareness produk lokal (Studi Kasus Deles Banyuwangi)*" adalah hasil karya sendiri, kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Skripsi ini belum pernah diajukan pada institusi manapun serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun. Saya bersedia menerima sanksi akademik dan siap dituntut di muka hukum apabila di kemudian hari terdapat pihak yang dirugikan akibat ketidakbenaran pernyataan ini.

Jember, 09 April 2026

Yang menyatakan,

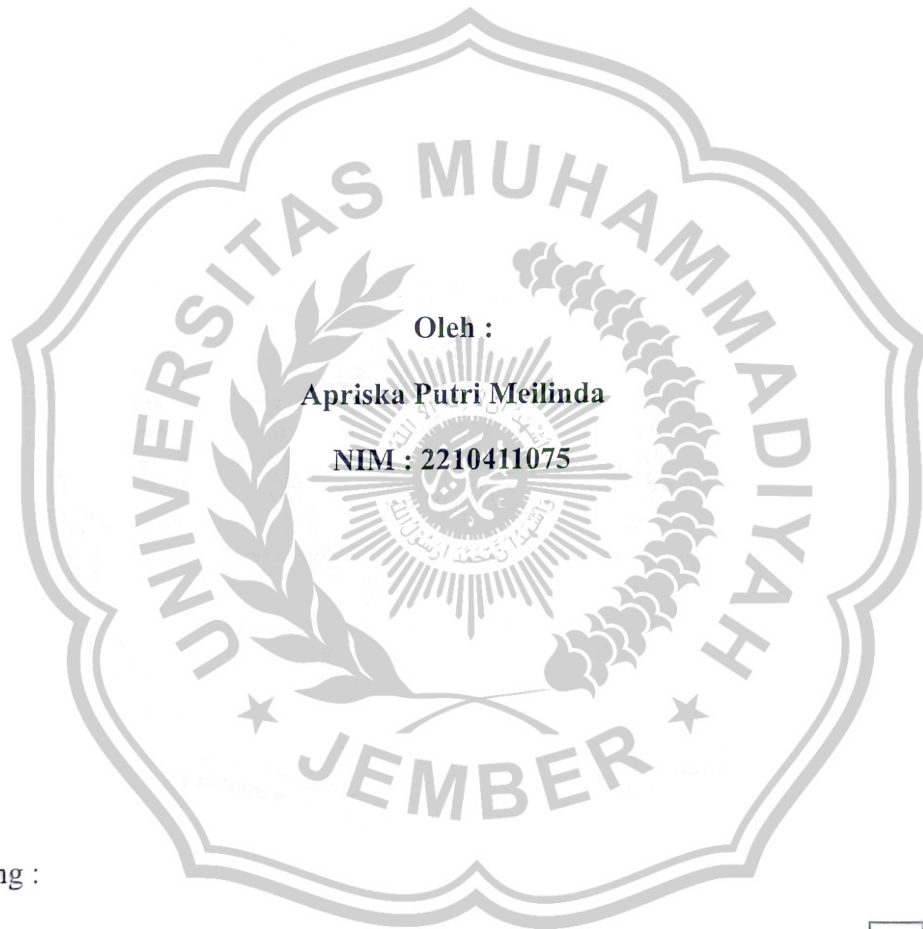


Apriska Putri Meilinda

NIM. 2210411075

## SKRIPSI

# EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS KREATIVITAS KONTEN, FREKUENSI DAN KONSISTENSI PUBLIKASI KONTEN DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* PRODUK LOKAL (STUDI KASUS DELES BANYUWANGI)



Oleh :

**Apriska Putri Meilinda**

**NIM : 2210411075**

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama

: Dr. Wahyu Eko Setianingsih SE., MM

Dosen Pembimbing Pendamping

: Nursaidah SE., MM

## PENGESAHAN

Skripsi berjudul “Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Berbasis Kreativitas Konten, Frekuensi dan Konsistensi Publikasi Konten dalam Meningkatkan Brand Awareness produk lokal (Studi kasus Deles Banyuwangi)” telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Rabu

Tanggal : 15 Juli 2026

Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Dr. Haris Hermawan, S.E., MM  
NPK. 1968101011503640

Anggota 1,

Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE., MM  
NPK. 1968101011503640

Anggota 2,

Nursaidah, SE., MM  
NPK. 1985060111509637

Mengesahkan:

Dekan,

Maheni Ika Sari, SE., MM.  
NPK. 192708112005012001

Ketua Program studi,

Septy Holisa Umamy, SM., MM  
NPK. 19950922122091029

## MOTTO

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya Dia mendapat (pahala) dari (kebijakan) yang dikerjakannya dan mendapat (siksa) dari (kejahatan) yang diperbuatnya”

(Q.S Al-Baqarah:286)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(Q.S Al-Insyirah: 5-6)

“Hatiku tenang karena mengetahui bahwa apa yang melewatkan ku tidak akan pernah menjadi takdirku, dan apa yang ditakdirkan untukku tidak akan pernah melewatkan ku”

(Umar Bin Khattab)

Untuk apapun yang terjadi, aku hanya ingin menjadi sebaik-baiknya manusia. Bahkan saat berada dititik terburuk ku dalam hidup, aku selalu ingin bermanfaat bagi banyak orang.

-Apriska Putri-

## PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Allah SWT, Sang Maha Pemilik Arah. Terimakasih telah menjadi rumah tempatku pulang saat dunia terasa begitu rumit. Terimakasih telah menjaga waras dan langkahku, bahkan disaat aku hampir lupa alasan untuk tetap hidup.
2. Cinta pertama dan panutanku, Ayahanda Suwoto. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memotivasi, memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
3. Pintu surgaku, ibunda Susiami yang sangat berperan penting dalam menyelesaikan skripsi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai di bangku perkuliahan, tetapi motivasi dan do'a yang selalu beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan pendidikannya sampai sarjana.
4. Dosen pembimbing, yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis serta memberikan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Sahabat dan teman-teman seperjuangan khususnya teman dekat saya Dina Kartika Sari dan Marsanda Dista Bitha, S.H yang selalu memberikan bantuan, dukungan dan kebersamaan dalam setiap proses yang penulis lalui dalam menyelesaikan skripsi.
6. Untuk kekasihku tercinta, Pratu Ari Tri Hantoro terimakasih telah hadir kembali diakhir penyusunan skripsi ini, terimakasih atas do'a, dukungan, kesabaran, dan semangat yang selalu diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini, serta telah menemani diakhir langkah perjuangan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga segala kebaikan dan dukungan yang diberikan mendapat balasan yang terbaik.
7. Untuk diri sendiri Apriska Putri Meilinda, terimakasih telah bertahan dalam setiap proses, melewati rasa lelah, ragu, dan berbagai tantangan selama perjalanan ini. Terimakasih karena tidak menyerah ketika keadaan terasa sulit, serta tetap berusaha menjadi pribadi yang lebih baik lagi setiap harinya. Skripsi ini menjadi bukti bahwa kerja keras, doa, dan ketekunan mampu membawa langkah kecil menuju pencapaian besar.

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur atas keharirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis memiliki kemampuan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul “ EFEKTIVITAS STRATEGI PEMASARAN DIGITAL BERBASIS KREATIVITAS KONTEN, FREKUENSI, DAN KONSISTENSI PUBLIKASI KONTEN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS PRODUK LOKAL (STUDI KASUS DELES BANYUWANGI) ” dengan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu wujud nyata untuk memenuhi impian yang menjadi kewajiban yang harus dipenuhi untuk mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Keberhasilan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak.

Penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah berperan dalam menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada :

1. Allah SWT atas berkat Rahmat dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu di Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Ibu Septy Holisa Umamy, SE., MM dan Ibu Tatit Diansari Reskiputri, SE., M. Selaku Kepala dan Wakil Program Studi Manajemen yang telah membantu penyelesaian proses administrasi akademik.
5. Ibu Dr. Wahyu Eko Setianingsih, SE.,MM selaku Dosen pembimbing pertama yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis, serta selalu memberikan dukungan, motivasi, waktu serta solusi terbaik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Nursaidah, SE.,MM selaku Dosen pembimbing kedua yang telah membimbing dan memberikan arahan kepada penulis, serta selalu memberikan dukungan, motivasi, waktu serta solusi terbaik dalam proses penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Dr. Haris Hermawan. SE., MM. Selaku Dosen Penguji yang telah memberikan tanggapan, saran, dan masukan-masukan yang bermanfaat dalam skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen yang telah membekali ilmu pengetahuan serta wawasan yang bermanfaat selama penulis menuntut ilmu.
9. Keluarga dan teman-teman saya yang telah memberikan doa dan dukungan tanpa henti.
10. Seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Saya selaku penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam Skripsi yang penulis buat ini, semoga pembaca dapat memberikan kritik dan saran sebagai bahan evaluasi bagi penulis. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak manapun terutama bagi para pembaca dan pihak yang berkepentingan.

Wassalamu'alaikum Warahamatullahi Wabarakatuh

Jember, 14 Juni 2026

Apriska Putri Meilinda  
NIM: 2210411075



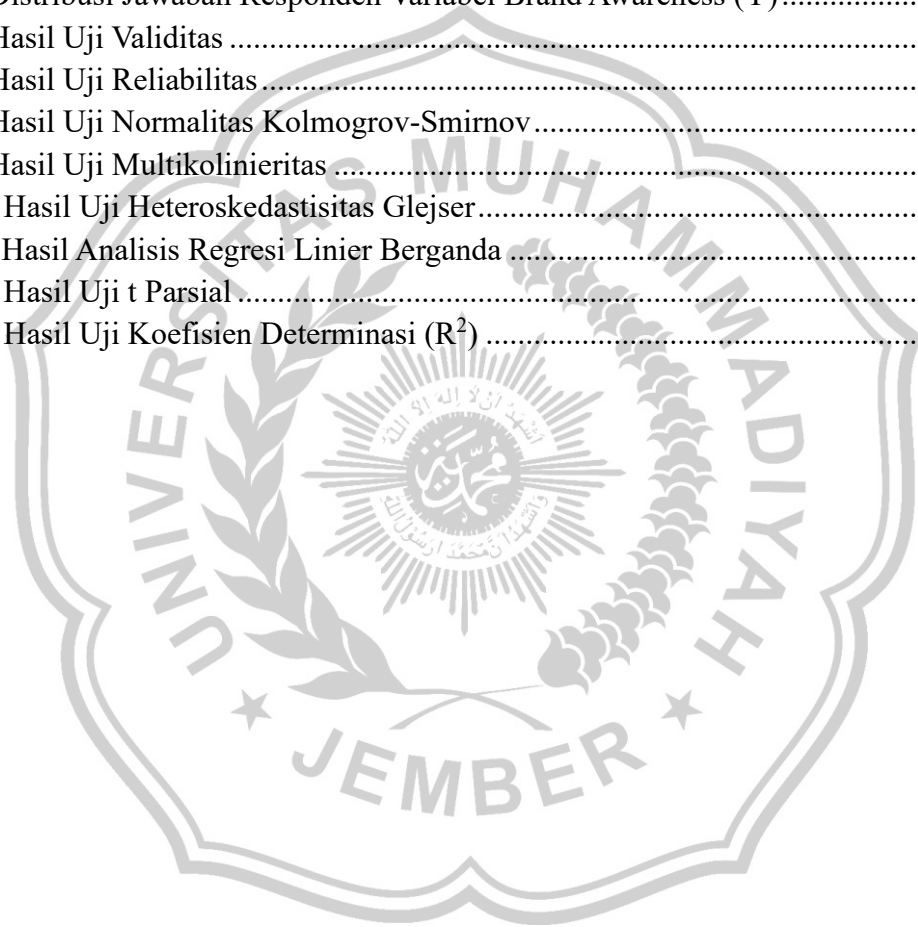
## DAFTAR ISI

|                                         |          |
|-----------------------------------------|----------|
| HALAMAN COVER.....                      | i        |
| HALAMAN SAMPUL .....                    | ii       |
| PERNYATAAN .....                        | iii      |
| HALAMAN PENGESAHAN .....                | iv       |
| PENGESAHAN .....                        | v        |
| MOTTO.....                              | vi       |
| PERSEMBAHAN .....                       | vii      |
| ABSTRAK.....                            | viii     |
| <i>ABSTRACT</i> .....                   | ix       |
| KATA PENGANTAR .....                    | x        |
| DAFTAR ISI .....                        | xii      |
| DAFTAR TABEL.....                       | xiv      |
| DAFTAR GAMBAR.....                      | xv       |
| DAFTAR LAMPIRAN.....                    | xvi      |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>          | <b>1</b> |
| 1.1 Latar Belakang.....                 | 1        |
| 1.2 Rumusan Masalah .....               | 6        |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....             | 6        |
| 1.4 Kegunaan Penelitian .....           | 7        |
| 1.4.1 Kegunaan Teoritis.....            | 7        |
| 1.4.1 Kegunaan Praktis.....             | 7        |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>    | <b>8</b> |
| 2.1 Landasan Teori.....                 | 8        |
| 2.1.1 Digital Marketing .....           | 8        |
| 2.1.2 <i>Brand awareness</i> .....      | 12       |
| 2.1.3 Kreativitas Konten.....           | 14       |
| 2.1.4 Frekuensi Publikasi Konten.....   | 17       |
| 2.1.5 Konsistensi Publikasi Konten..... | 20       |
| 2.2 Penelitian Terdahulu .....          | 25       |
| 2.3 Kerangka Konseptual .....           | 28       |
| 2.4 Hipotesis Penelitian .....          | 28       |

|                                                                                                      |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                                                                | <b>31</b> |
| 3.1 Identifikasi Variabel.....                                                                       | 31        |
| 3.2 Definisi Oprasional Variabel .....                                                               | 32        |
| 3.2.1 Variabel Independent .....                                                                     | 32        |
| 3.2.2 Variabel Dependent.....                                                                        | 33        |
| 3.3 Desain Penelitian .....                                                                          | 34        |
| 3.4 Jenis Data.....                                                                                  | 34        |
| 3.5 Populasi .....                                                                                   | 35        |
| 3.6 Sampel .....                                                                                     | 35        |
| 3.7 Teknik Pengambilan Sampel .....                                                                  | 36        |
| 3.8 Teknik Pengumpulan Data.....                                                                     | 36        |
| 3.9 Teknik Analisis Data.....                                                                        | 38        |
| <b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>                                                             | <b>42</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....                                                              | 42        |
| 4.2 Hasil Analisis Data .....                                                                        | 45        |
| 4.2.1 Hasil Analisis Responden .....                                                                 | 45        |
| 4.2.2 Hasil Analisis Jawaban Responden .....                                                         | 46        |
| 4.2.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian .....                                                           | 48        |
| 4.2.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....                                                                  | 50        |
| 4.2.5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....                                                    | 54        |
| 4.2.6 Hasil Uji Hipotesis .....                                                                      | 56        |
| 4.3 Pembahasan .....                                                                                 | 58        |
| 4.3.1 Pengaruh Kreativitas Konten terhadap <i>Brand awareness</i> pada Deles Banyuwangi.....         | 58        |
| 4.3.2 Pengaruh Frekuensi Publikasi Konten terhadap <i>Brand awareness</i> pada Deles Banyuwangi..... | 59        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                                                           | <b>63</b> |
| 5.1 Kesimpulan.....                                                                                  | 63        |
| 5.2 Saran .....                                                                                      | 64        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                                                          | <b>66</b> |
| <b>LAMPIRAN .....</b>                                                                                | <b>70</b> |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Tabel 1.1</b> Hasil Observasi Awal terhadap Efektivitas Strategi Pemasaran Digital Deles Banyuwangi..... | 5  |
| <b>Tabel 2.1</b> Penelitian Terdahulu.....                                                                  | 25 |
| <b>Tabel 3.1</b> Kriteria Penilaian Nilai Alpha Cronbach .....                                              | 39 |
| <b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Responden .....                                                              | 45 |
| <b>Tabel 4.2</b> Distribusi Jawaban Responden Variabel Kreativitas Konten (X1) .....                        | 46 |
| <b>Tabel 4.3</b> Distribusi Jawaban Responden Variabel Frekuensi Publikasi Konten (X2) .....                | 47 |
| <b>Tabel 4.4</b> Distribusi Jawaban Responden Variabel Konsistensi Publikasi Konten (X3) .....              | 47 |
| <b>Tabel 4.5</b> Distribusi Jawaban Responden Variabel Brand Awareness (Y).....                             | 48 |
| <b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Validitas .....                                                                  | 49 |
| <b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Reliabilitas .....                                                               | 50 |
| <b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov .....                                               | 52 |
| <b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Multikolinieritas .....                                                          | 53 |
| <b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....                                                | 54 |
| <b>Tabel 4.11</b> Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....                                              | 55 |
| <b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji t Parsial .....                                                                 | 56 |
| <b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....                                           | 58 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                        |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Gambar 1.1</b> Statistik Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2025.....                       | 2  |
| <b>Gambar 1.2</b> Motivasi Penggunaan dan Dominasi Platform Media Sosial di Indonesia Tahun 2025 ..... | 3  |
| <b>Gambar 2.1</b> Kerangka Konseptual .....                                                            | 28 |
| <b>Gambar 4.1</b> Dokumentasi Deles Banyuwangi .....                                                   | 42 |
| <b>Gambar 4.2</b> Hasil Uji Normalitas Histogram dan P-Plot.....                                       | 51 |



## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                 |    |
|-----------------------------------------------------------------|----|
| <b>Lampiran 1.</b> Pengantar Kuesioner .....                    | 70 |
| <b>Lampiran 2.</b> Kuesioner Penelitian .....                   | 71 |
| <b>Lampiran 3.</b> Hasil Uji Instrumen Penelitian .....         | 75 |
| <b>Lampiran 4.</b> Hasil Uji Asumsi Klasik .....                | 78 |
| <b>Lampiran 5.</b> Hasil Analisis Regresi Linier Berganda ..... | 81 |
| <b>Lampiran 6.</b> Hasil Uji Hipotesis .....                    | 82 |
| <b>Lampiran 7.</b> Dokumentasi Penelitian .....                 | 83 |
| <b>Lampiran 8.</b> Surat Izin Penelitian .....                  | 84 |

