PENGARUH KREATIVITAS KONTEN, PROMOSI, DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *GLAD2GLOW* DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

SKRIPSI

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

Oleh : ULFIYA NURUL AZIZAH
22.1041.1154

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026

HALAMAN SAMPUL

PENGARUH KREATIVITAS KONTEN, PROMOSI, DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *GLAD2GLOW* DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

SKRIPSI

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

Oleh : ULFIYA NURUL AZIZAH
22.1041.1154

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2026

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :
Nama : Ulfiya Nurul Azizah
NIM : 2210411154
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah berupa skripsi yang berjudul Pengaruh Kreativitas Konten, Promosi, Customer Engagement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Glad2Glow Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember adalah hasil karya sendiri. Kecuali jika dalam beberapa kutipan substansi telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan pada institusi mana pun, serta bukan karya plagiat atau jiplakan. Saya bertanggung jawab atas keaslian, keabsahan, dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah.

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

Jember, 29 Oktober 2026
Yang menyatakan,



Ulfiya Nurul Azizah
2210411154

PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH KREATIVITAS KONTEN, PROMOSI, DAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *GLAD2GLOW* DI KALANGAN MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

Oleh : ULFIYA NURUL AZIZAH
22.1041.1154

Pembimbing :

Dosen Pembimbing 1 : Dr. Feti Fatimah, SE,MM.

Dosen Pembimbing 2 : Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul: Pengaruh Kreativitas Konten, Promosi, *Customer Engagement* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Glad2Glow* Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis
Tanggal : 29 Oktober 2026
Tempat : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji

Ketua

Dr. Trias Setyowati, SE., MM.
NPK. 1972032710509477

Anggota 1

Dr. Feti Fatimah, SE,MM.
NPK. 1979052510709622

Anggota 2

Drs. Muhamad Naely Azhad, M.Si.
NPK. 196612311993031006

Mengesahkan

Dekan,

Dr. Maheni Ika Sari, SE.,MM.
NIP. 197708112005012001

Ketua Program Studi,

Septy Holisa Umamy, SM., MM.
NPK. 19950922122091029

MOTTO

وَأَنْ لَيْسَ لِلْإِنسَانِ إِلَّا مَا سَعَىٰ

"Dan bahwa manusia hanya memperoleh apa yang telah diusahakannya"
(QS An-Najm (53):39)

"Sesuatu yang tidak dipertaruhkan, tidak akan dimenangkan"
(Sutan Sjahrir)

"Keberhasilan bukanlah milik orang pintar, keberhasilan milik mereka yang senantiasa berusaha"
(BJ Habibie)

"Believe in yourself, never stop growing"
(Ulfiya Nurul Azizah)

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur atas segala rahmat, nikmat, kesehatan, kemudahan dan pertolongan yang Allah SWT berikan sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi ini hingga akhir dengan judul "Pengaruh Kreativitas Konten, Promosi, dan *Customer Engagement* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Glad2Glow* di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember" dengan baik. Perjalanan dalam menyusun skripsi ini bukanlah hal yang mudah. Namun berkat doa-doa yang tidak pernah terpurus dari orang-orang baik disekitar saya, dan setiap perjuangan akan menemukan akhirnya, saya mampu berada di titik ini. Skripsi ini bukan hanya disusun sebagai bagian dari syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pendidikan S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember, tetapi juga menjadi bukti dari perjalanan panjang penuh air mata, doa, dan harapan. Dengan kerendahan hati dan rasa terima kasih yang mendalam, Bismillahirrahmanirrahim, skripsi ini penulis persembahkan kepada :

1. Dengan penuh cinta, rasa syukur dan rasa hormat, skripsi ini saya persembahkan untuk yang teristimewa kepada kedua orang tua tercinta, Ayah dan Ibunda dari penulis yaitu Bapak Samsul Ma'arif dan Ibunda Istiqomah. Terima kasih atas setiap doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang yang tidak pernah kurang, serta segala pengorbanan, dukungan dan kesabaran yang diberikan sepanjang perjalanan hidup penulis. Tidak ada kata yang cukup untuk membalas segala kebaikan dan perjuangan yang telah diberikan. Di setiap langkah yang penulis tempuh, selalu ada doa dan harapan kalian yang menjadi kekuatan bagi penulis untuk terus bertahan dan berjuang. Terima kasih atas kepercayaan yang selalu di berikan kepada penulis. Terima kasih atas usaha sekuat tenaga untuk anak bungsunya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Semoga gelar ini bukan hanya menjadi pencapaian bagi penulis, tetapi juga menjadi hadiah kecil untuk membalas segala cinta dan pengorbanan kedua orang tua yang selama ini diberikan kepada penulis. Semoga ketulusan dan pengorbanan itu dihadiahkan surga oleh Allah SWT. Terima kasih telah menjadi tempat pulang, sumber kekuatan, dan alasan penulis untuk terus bertahan dan berjuang. *I love you*.
2. Kepada saudara kandung saya dan keluarga besar saya, yang merupakan rumah pertama dan selamanya bagi saya, terima kasih selalu memberikan dukungan, perhatian, semangat dan doa selama masa perkuliahan. Terima kasih karena sudah percaya terhadap saya pengingat untuk selalu menjaga diri baik-baik. Terima kasih atas kepercayaan bahwa saya mampu menyelesaikan semuanya dengan baik. Kehadiran dan dukungan kalian menjadi salah satu kekuatan bagi saya untuk terus bertahan dan melangkah lebih jauh.
3. Kepada keponakan-keponakan tersayang dan tercinta saya, terima kasih telah menjadi bagian kecil yang selalu menghadirkan kebahagiaan, keceriaan dan penyemangat di tengah perjalanan panjang ini. Semoga kelak kalian tumbuh menjadi anak yang hebat, penuh kebahagiaan, berani bermimpi, dan jangan pernah takut untuk memperjuangkan apa yang kalian cita-citakan.

4. Teruntuk yang tersayang teman-teman saya yaitu Firly Kurniasih, Febry Dwi Qurrotu 'ainii, Putri Lintang Salsabila, Agis Sastika, Anggita Gifti Suci Ayuni, Fachreza Alzinnata Choirun Nisa, Iqnatiar Maulana, yang telah menjadi saksi perjalanan hidup saya selama di perkuliahan. Terima kasih atas bantuan, dukungan, kebersamaan, perhatian, semangat, serta kesediaan untuk selalu menemani saya dalam berbagai situasi dan kesulitan selama di perantauan. Kehadiran kalian memberikan banyak kenangan yang tidak akan pernah saya lupakan. Terima kasih yang sangat mendalam untuk kalian, semoga Allah SWT selalu melancarkan perjalanan hidup kalian.
5. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan dibangku perkuliahan dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas kebersamaan, cerita, pengalaman, yang telah dilalui bersama selama masa perkuliahan. Setiap momen yang kita lalui bersama akan selalu menjadi momen berharga bagi hidup saya. Semoga kita semua diberikan jalan yang terbaik dan masa depan yang kita mimpikan.
6. Terima kasih untuk Kota Jember. Kota yang tak akan pernah saya lupakan, Kota pertama yang saya tempuh dengan jarak jauh dari rumah. Kota pertama yang menjadikan saya hidup seorang diri di perantauan tanpa adanya keluarga yang tidak selalu bisa menemani saat saya berada di perantauan. PK2MB era, MABA era, Dinamika Perkuliahan era, Magang era, KKN era, Rangkaian Tugas Akhir era. *People come and go,* saya menikamti semua masa itu, dinamika yang tak pernah luput, terutama rasa ikhlas. *See you* Kota Jember dan segala isi keindahan kotamu. Tempat di mana saya bisa meraih gelar saya dan cerita lebihnya.
7. *Last but not least,* saya persembahkan untuk Ulfiya Nurul Azizah apresiasi sebesar-besarnya kepada diri sendiri atas tanggung jawab, kerja keras, dan komitmen dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih atas kesabaran menghadapi berbagai tantangan serta keberanian untuk terus melangkah meskipun rasa lelah dan ragu terus muncul. Semoga pencapaian ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik serta menjadi pengingat bahwa setiap doa dan perjuangan pasti menemukan titik akhirnya.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rasa syukur ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran serta rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kreativitas Konten, Promosi, dan *Customer Engagement* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Glad2Glow* di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember". Penyusunan skripsi ini adalah syarat untuk meraih gelar sarjana di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang memberikan bantuan yang sangat berarti untuk menyelesaikannya dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sangat besar kepada :

1. Allah SWT, atas limpahan rahmat, kesehatan, dan kemudahan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi.
2. Kedua orang tua dan keluarga besar, atas doa dan kasih sayang, serta dukungan moral dan material yang tak ternilai harganya.
3. Bapak Dr. Hanafi, M.Pd, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember, yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas akademik yang menunjang selama masa studi.
4. Ibu Maheni Ika Sari, SE., MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, atas dukungannya terhadap kelancaran proses akademik.
5. Ibu Septy Holisa Umamy, SE., MM, selaku Kepala Kaprodi yang telah memeberikan arahan selama proses studi.
6. Ibu Dr. Trias Setyowati, SE., MM, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan kritik, saran, dan arahan untuk penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu Dr. Feti Fatimah, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing I, yang dengan sabar membimbingan dan memberikan waktu, tenaga selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Bapak Drs. Muhammad Naely Azhad, M.Si, selaku Dosen Pembimbing II, atas evaluasi dan arahan yang memperkaya substansi skripsi ini.
9. Seluruh Dosen dan Staf Akademik di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, yang telah mendidik dan membimbing penulis selama menjalani masa studi.
10. Seluruh teman-teman mahasiswa angkatan 2022 dan sahabat seperjuangan, atas kebersamaan dan semangat yang senantiasa menyertai proses penyusunan skripsi ini.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaiaan skripsi ini.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL ..... **i**
PERNYATAAN ..... **ii**
PERSETUJUAN SKRIPSI ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
MOTTO ..... **v**
PERSEMBAHAN ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **viii**
ABSTRAK ..... **ix**
ABSTRACT ..... **x**
DAFTAR ISI ..... **xi**
DAFTAR TABEL ..... **xiv**
DAFTAR GAMBAR ..... **xv**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvi**
BAB I **1**
PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 4
1.3 Tujuan Penelitian 5
1.4 Manfaat Penelitian 5
BAB II **6**
TINJAUAN PUSTAKA **6**
2.1 Landasan Teori 6
2.1.1 Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*) 6
2.1.2 Kreativitas Konten 6
2.1.3 Promosi 8
2.1.4 Customer Engagement 10
2.1.5 Keputusan Pembelian 11
2.2 Penelitian Terdahulu 13
2.3 Kerangka Konseptual 19
2.4 Hipotesis 19
2.4.1 Pengaruh Kreativitas Konten terhadap Keputusan Pembelian 19
2.4.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian 20
2.4.3 Pengaruh *Customer Engagement* terhadap Keputusan Pembelian 20

BAB III **21**
METODE PENELITIAN **21**
3.1 Identifikasi Variabel Penelitian 21
3.1.1 Variable Independen / Bebas (X) 21
3.1.2 Variabel Dependent / Terikat (Y) 21
3.2 Definisi Operasional Variabel 21
3.2.1 Kreativitas Konten (X1) 21
3.2.2 Promosi (X2) 22
3.2.3 Customer Engagement (X3) 23
3.2.4 Keputusan Pembelian (Y) 24
3.3 Jenis Penelitian 25
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian 25
3.5 Populasi, Sampel, Teknik Pengambilan Sampel, dan Teknik Pengumpulan Data 26
3.5.1 Populasi 26
3.5.2 Sampel 26
3.5.3 Teknik Pengambilan Sampel 26
3.5.4 Teknik Pengumpulan Data 27
3.6 Teknik Analisis Data 28
3.6.1 Uji Intrumen Data 29
3.6.1.1 Uji Validitas 29
3.6.1.2 Uji Reliabilitas 29
3.6.2 Uji Asumsi Klasik 29
3.6.2.1 Uji Normalitas 29
3.6.2.2 Uji Multikolinearitas 29
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas 30
3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda 30
3.6.4 Uji Hipotesis 30
3.6.4.1 Uji t (Uji Parsial) 30
3.6.4.2 Koefisien Determinasi (R2) 31
BAB IV **32**
HASIL PENELITIAN **32**
4.1 Gambaran Umum 32
4.2 Identifikasi Responden 33
4.3 Deskripsi Data Penelitian 34

4.4 Hasil Analisis Data 35
4.4.1 Uji Instrumen Data 35
4.4.1.1 Uji Validitas 35
4.4.1.2 Uji Reliabilitas 37
4.4.2 Uji Asumsi Klasik 37
4.4.2.1 Uji Normalitas 37
4.4.2.2 Uji Multikolinearitas 39
4.4.2.3 Uji Heteroskedastisitas 39
4.4.3 Analisis Regresi Linear Berganda 40
4.4.4 Uji Hipotesis 41
4.4.4.1 Uji t (Parsial) 41
4.4.4.2 R^2 (Koefisien Determinasi) 42
4.5 Pembahasan Hasil Penelitian 43
4.5.1 Pengaruh Kreativitas Konten terhadap Keputusan Pembelian 43
4.5.2 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian 44
4.5.3 Pengaruh *Customer Engagement* terhadap Keputusan Pembelian 45
BAB V 47
PENUTUP 47
5.1 Kesimpulan 47
5.2 Saran 47
DAFTAR PUSTAKA 49
LAMPIRAN 52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Hasil Pra-Survei Awal Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember 2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 13
Tabel 3. 1 Tabel Sampel 27
Tabel 3. 2 Skala Likert 28
Tabel 4. 1 Data Karakteristik Responden 33
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif 34
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas 36
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas 37
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas kolmogorov-Smirnov 38
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas 39
Tabel 4. 7 Hasil Uji Heterosdekastisitas (Uji Glejser) 40
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda 41
Tabel 4. 9 Hasil Uji t 42
Tabel 4. 10 Hasil Uji R^2 (Koefisien Determinasi) 43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual.....19
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Histogram 38
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas P Plot 38
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heterosdekastisitas (Uji Scatterplot).....40

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian 52
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian 53
Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Kuesioner 55
Lampiran 4 Karakteristik Responden 61
Lampiran 5 Deskripsi Data Variabel Penelitian 61
Lampiran 6 Distribusi Jawaban Setiap Variabel 62
Lampiran 7 Hasil Uji Instrumen 63
Lampiran 8 Hasil Uji Asumsi Klasik 65
Lampiran 9 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 67
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis 67
Lampiran 11 Dokumentasi Penelitian 68

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER