

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN CITRA
MEREK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
TEA BREAK DI SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata - 1
Program Studi Administrasi Niaga**



Oleh :

**NABILLA WAHYU AMANDA SANTRI
NIM : 1122000009**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN CITRA
MEREK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
TEA BREAK DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Niaga



**Disusun oleh:
NABILLA WAHYU AMANDA SANTRI
1122000009**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2024**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN CITRA
MEREK MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
TEA BREAK DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Niaga



Disusun oleh:
NABILLA WAHYU AMANDA SANTRI
1122000009

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Nabilla Wahyu Amanda Santri
NIM : 1122000009

Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan Citra Merek Melalui Media Sosial
TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tea Break Di Surabaya.

Surabaya, 27 Juni 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu
Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing I


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120.87.0163


Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M
NPP. 20120.3.0305

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 12 Juni 2024:

Dewan Penguji:

1. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M**

Ketua

2. **Drs. Agung Pujianto, M.M**

Anggota

3. **Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S.**

Anggota

Mengesahkan

Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dra. Ayu Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nabilla Wahyu Amanda Santri

NIM : 1122000009

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan Citra Merek Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tea Break Di Surabaya.

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 27 Juni 2024
Yang membuat Pernyataan


(Nabilla Wahyu Amanda Santri)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nabilla Wahyu Amanda Santri
NBI : 1122000009
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free
Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Pengaruh *Content Marketing* dan Citra Merek Melalui Sosial Media
TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tea break Di Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-
Free Right)**, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak
menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam
bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya
ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya Pada Tanggal : 24 Juni 2024

Yang Menyatakan,



MOTTO

“ Orang lain ga akan bisa paham *Struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *success stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun Ga ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita dimasa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini ”

“ Memulai dengan penuh keyakinan, Menjalankan dengan penuh keikhlasan dan Menyelesaikan dengan penuh kebahagiaan ”

PERSEMBAHAN

“ Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucap syukur atas Rahmat Allah Swt, skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, adikku, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberi *support* untuk menyelesaikan skripsi ini ”

ABSTRAK

Pemasaran telah berubah karena kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang paling cepat berkembang serta dapat digunakan sebagai alat untuk mempromosikan produk. Dengan jumlah pengguna TikTok yang meningkat di Indonesia, memahami seberapa efektif strategi pemasaran yang menggunakan platform ini menjadi penting untuk mendukung kesuksesan bisnis. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Content Marketing* melalui TikTok terhadap keputusan pembelian di Surabaya, pengaruh Citra Merek melalui TikTok terhadap keputusan pembelian di Surabaya, dan pengaruh *Content Marketing* dan Citra Merek melalui media sosial TikTok terhadap keputusan Pembelian produk Tea Break di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode *purposive sampling*. Data diperoleh dari 100 responden melalui e-kuesioner yang disebarakan melalui Google Form. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier berganda melalui software SPSS. Pengujian meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta uji hipotesis parsial (uji-t), uji simultan (uji-F) dan uji koefisien determinasi (R^2). Dengan hasil uji validitas pada variabel *Content Marketing* Citra Merek dan Keputusan Pembelian adalah valid dengan rhitung lebih besar daripada rtabel. Sedangkan hasil dari uji reliabilitas semua variabel dinyatakan reliabel dengan nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60. Hasil dari penelitian ini adalah *Content Marketing* memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, terutama karena konten Tea Break di TikTok mudah dipahami. Citra merek juga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dengan indikator tertinggi yaitu responden yang mengenal merek Tea Break. Serta secara simultan, *Content Marketing* dan Citra Merek memiliki pengaruh terhadap Keputusan pembelian produk Tea Break Diharapkan penelitian ini akan memberikan pemahaman teoretis dan praktis tentang bagaimana *content marketing* dan citra merek memengaruhi perilaku konsumen di era digital.

Kata kunci: *Content Marketing*, Media Sosial TikTok, Citra merek, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Marketing has changed due to advances in information and communication technology. TikTok, as one of the fastest growing social media platforms can be used as a tool to promote products. With the number of TikTok users increasing in Indonesia, understanding how effective marketing strategies using the platform are is important to support business success. The purpose of this study is to determine and analyze the influence of Content Marketing through TikTok on purchasing decisions in Surabaya, the influence of Brand Image through TikTok on purchasing decisions in Surabaya, and the influence of Content Marketing and Brand Image through TikTok social media on the purchase decisions of Tea Break products in Surabaya. This study used a quantitative approach with purposive sampling method. Data was obtained from 100 respondents through an e-questionnaire distributed through Google Form. Data analysis was performed using descriptive statistics and multiple linear regression analysis through SPSS software. With the results of the validity test on the variables Content Marketing, Brand Image and Purchase Decision are valid with a calculation greater than the rtable. While the results of the reliability test of all variables were declared reliable with Cronbach's Alpha value greater than 0.60. The result of this study is that Content Marketing has an influence on purchasing decisions, especially because Tea Break content on TikTok is easy to understand. Brand image also has an influence on purchasing decisions, with the highest indicator being respondents who know the Tea Break brand. And simultaneously, Content Marketing and Brand Image have an influence on Tea Break product purchase decisions It is hoped that this research will provide a theoretical and practical understanding of how content marketing and brand image affect consumer behavior in the digital era.

Keywords: Content Marketing, TikTok Social Media, Brand image, Purchase Decision

Kata Pengantar

Segenap puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat dan hidayah serta petunjuk-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Content Marketing* Dan Citra Merek Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tea Break Di Surabaya” ini tepat pada waktunya. Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Program Ilmu Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penyelesaian studi dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh baik baik pengajaran, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. DR. Mulyanto, MM, CMA, CPA, selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau, memberikan saran, kritik dan pengarahan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini..
3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M, selaku Kaprodi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktu di tengah kesibukan beliau, memberikan saran, kritik dan pengarahan kepada penulis dalam proses penulisan skripsi ini.
4. Kedua orang tua penulis, Mad Shodikin dan Sri Wahyuni, terima kasih atas segala kasih sayang yang diberikan dalam membesarkan dan membimbing penulis selama ini sehingga penulis dapat terus berjuang dalam meraih mimpi dan cita-cita. Kesuksesan dan segala hal baik yang kedepannya akan penulis dapatkan adalah karena dan untuk kalian berdua.
5. Sahabat terbaikku yang selalu memberi semangat saat penulisan skripsi, Suroya dan Eva.
6. Teman seperjuangan, Shafa Sabila, teman sejak masa PKKMB, teman satu kelas yang tidak pernah pisah, yang selalu menemani saat sedih maupun bahagia sampai saat ini masih berteman sangat

baik, ia adalah salah satu teman yang gampang ketawa yang bisa menambah mood untuk mengerjakan skripsi ini.

7. Kepada Satifa Qhoreza, teman yang selalu bisa diajak main disela sibuk kerjanya sambil menyelesaikan skripsi, dan Farisha Irwahyuni yang paling lembut anaknya. Terima kasih telah memberikan motivasi serta semangat yang luar biasa sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
8. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhammad Tomi Hadi Saputro yang selalu menemani saat proses penulisan skripsi meskipun secara tidak langsung karena ldr. Terima kasih atas dukungan, semangat, serta telah menjadi tempat keluh kesah.
9. Kepada saudara-saudara yang ada di Ponorogo, yang turut memberikan doa dan dukungannya kepada penulis hingga saat ini.
10. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu atas dukungannya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
11. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Nabilla Wahyu Amanda Santri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan tetap berusaha sampai titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil. Namun, terima kasih karena tidak menyerah sesulit apa pun proses penyusunan skripsi ini dan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. Berbahagialah selalu dimana pun berada, Nabilla.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini sangat dimungkinkan masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Segala bentuk kritik dan saran akan peneliti terima dengan senang hati, guna memberikan manfaat dan menambah pengetahuan bagi pembaca dan seluruh pihak terkait.

Surabaya, 05 Juni 2024

Nabilla Wahyu Amanda santri

Daftar Isi

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
Kata Pengantar	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sistematika Penelitian	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	20
2.3 Definisi Konsep.....	42
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran.....	46
2.6 Hipotesis.....	47
BAB III METODELOGI PENELITIAN.....	49
3.1 Rancangan Penelitian	49
3.2 Populasi dan Sampel	50

3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	52
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	55
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	55
3.6 Teknik Analisis Data.....	56
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	63
4.1 Penyajian Data.....	63
4.2 Uji Instrumen	67
4.3 Analisis Data	83
4.4 Pembahasan.....	93
BAB V PENUTUP	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Rekomendasi	98
DAFTAR PUSTAKA.....	101
Lampiran	106

Daftar Tabel

Tabel 1.1 Daftar Negara Dengan Jumlah TikTok Terbanyak Di Dunia	2
Tabel 1.2 Daftar Gerai Tea Break di Surabaya	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Indikator Variabel	43
Tabel 3.1 Skala Likert	52
Tabel 3.2 Skala Interval	53
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	65
Tabel 4.2 Usia Responden.....	66
Tabel 4.3 Pendapatan Responden.....	66
Tabel 4.4 Pekerjaan Responden	67
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas	68
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas	69
Tabel 4.7 Hasil Tabulasi Data Variabel Content Marketing (X1)	69
Tabel 4.8 Hasil nilai rata – rata variabel Content Marketing	73
Tabel 4.9 Tabulasi Data Variabel Citra Merek	74
Tabel 4.10 Hasil nilai rata – rata variabel Citra Merek (X2)	77
Tabel 4.11 Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	79
Tabel 4.12 Hasil rata-rata variabel Keputusan Pembelian	82
Tabel 4.13 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	84
Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Tabel 4.15 Hasil Uji Linieritas Variabel Content Marketing	87
Tabel 4.16 Hasil Uji Linieritas Variabel Citra Merek	88
Tabel 4.17 Hasil Regresi Linier Berganda	89
Tabel 4.18 Hasil Uji Parsial (Uji-t).....	91
Tabel 4.19 Hasil Uji Simultan (Uji-F)	92
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi	93

Daftar Gambar

Gambar 1.1 Content Marketing Tea Break di TikTok	3
Gambar 1.2 Interaksi Dengan Konsumen Melalui Kolom Komentar	5
Gambar 1.3 Akun TikTok Tea Break	8
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	45
Gambar 4.1 Akun TikTok Tea Break	62
Gambar 4.2 Uji normalitas data model P-Plot	81
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	83

Daftar Lampiran

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	106
Lampiran 2 Hasil Pengujian Data	110
Lampiran 3 Kartu Bimbingan	118
Lampiran 4 Hasil Turnitin.....	120
Lampiran 5 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 1.....	121
Lampiran 6 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 2.....	122
Lampiran 7 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji 3.....	123