

HALAMAN MOTTO

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

(QS. Al-Insyirah :5-6)

“Dan satu lagi, Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah : 286)

“Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan”

(Maudi Ayunda)



HALAMAN PERSEMBAHAN

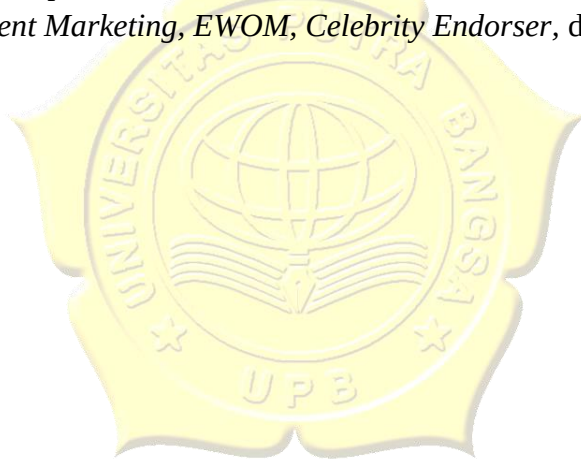
Puji syukur ucapkan kepada Allah SWT yang telah memberikan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar dan tepat waktu. Karya ini saya persembahkan untuk :

1. Dua orang istimewa di hidup saya yaitu orang tua tercinta, Bapak Muhamad Suryanto dan Ibu Sri Ambarwati, terimakasih telah memberikan kasih sayang, cinta, perhatian, dukungan, motivasi, ridho, dan doa yang tak terhingga.
2. Kakakku tersayang M. Zain Zuzfri Ali yang telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi dalam pendidikan saya.
3. Sahabat-sahabat saya Zahra, Hasna, Nimatu, Fifah, Cahaya, Anik, Hana yang selalu memberikan semangat, motivasi dan dukungan kepada saya.
4. Teman-teman seperjuangan kelas reguler A angkatan 2021 yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.
5. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi saya.
6. Dan terakhir kepada diri saya sendiri, Munaya Nur Azizah. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap berusaha dan meyakini dirimu sendiri sampai di titik ini. Walaupun kadang sering merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan untuk tidak menyerah di tahun ini. Sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini kamu telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. bahagia selalu dimanapun berada. Apapun kurang lebihmu mari merayakan diri sendiri.

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *content marketing*, *ewom* dan *celebrity endorser* terhadap minat beli produk Jiniso di Tiktok. Populasi pada penelitian ini yaitu masyarakat Kabupaten Kebumen yang belum pernah membeli produk Jiniso. Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer yang diperoleh dari jawaban responden yang dikumpulkan melalui kuesioner. Penelitian ini menggunakan metode penelitian yaitu *non – probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* dan sampel sebanyak 100 responden khususnya perempuan Gen Z di Kabupaten Kebumen. Berdasarkan metode kuantitatif dilakukan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heterokedastisitas), uji parsial, uji simultan dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan alat bantu hitung SPSS versi 23 *for windows*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *content marketing*, *ewom* dan *celebrity endorser* baik secara parsial maupun simultan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk Jiniso di Kabupaten Kebumen.

Kata Kunci : *Content Marketing*, *EWOM*, *Celebrity Endorser*, dan Minat Beli.



ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the influence of content marketing, ewom and celebrity endorsers on buying interest in Jiniso products on Tiktok. The population in this research is the people of Kebumen Regency who have never bought Jiniso products. The data used in this research is primary data obtained from respondents' answers collected through questionnaires. This research method, namely non-probability sampling with purposive sampling technique and a sample of 100 respondents, especially Gen Z women in Kebumen Regency. Based on quantitative methods, validity tests, reliability tests, classical assumption tests (normality tests, multicollinearity tests and heteroscedasticity tests), partial tests, simultaneous tests and coefficient of determination tests using SPSS version 23 for windows. The results of this research indicate that content marketing, ewom and celebrity endorsers both partially and simultaneously have a significant influence on buying interest in Jiniso products in Kebumen Regency.

Keywords: Content Marketing, EWOM, Celebrity Endorser, and Buying Interst.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji hanya bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala anugerah, rahmat, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Content Marketing*, *EWOM* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Minat Beli Produk Jiniso Di Tiktok (Studi Pada Perempuan Gen Z di Kabupaten Kebumen)”** ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian dari persyaratan guna menyelesaikan program sarjana (S1) pada Universitas Putra Bangsa.

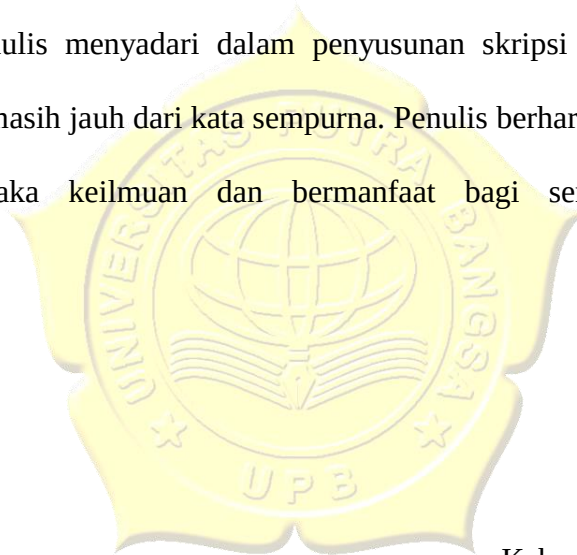
Skripsi ini merupakan tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dengan realita kehidupan nyata, khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan dari beberapa literatur. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tentu masih banyak kekurangan yang perlu diperbaiki, itu semua dikarenakan masih kurangnya ilmu pengetahuan yang penulis miliki.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semuapihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktunya untuk memberikan arahan selama penulisan skripsi ini.
2. Semua dosen dan Civitas Akademika Universitas Putra Bangsa yang telah membantu dalam menyusun skripsi.

3. Kedua orang tua (Bapak Muhamad Suryanto dan Ibu Sri Ambarwati) dan keluarga atas doa serta dukungannya.
4. Sahabat-sahabatku yang selalu menjadi garda terdepanku, teman seperjuangan yang memberi semangat dan selalu menemani dalam penyelesaian tugas ini.
5. Semua pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Semoga segala kebaikan, bantuan, bimbingan dan motivasi yang telah diberikan pihak-pihak yang bersangkutan akan mendapat balasan kebaikan dari Allah SWT. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna. Penulis berharap skripsi ini dapat menambah pustaka keilmuan dan bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



Kebumen, 26 April 2025

Penulis

(Munaya Nur Azizah)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
PENGESAHAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	12
1.3. Batasan Masalah.....	13
1.4. Tujuan Penelitian.....	16
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II.....	18
KAJIAN PUSTAKA.....	18
2.1. Tinjauan Teori	18

2.1.1.	Minat Beli	18
2.1.2.	<i>Content Marketing</i>	21
2.1.3.	<i>EWOM</i>	24
2.1.4.	<i>Celebrity Endorser</i>	27
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	30
2.3.	Hubungan Antar Variabel	41
2.4.	Model Empiris.....	44
2.5.	Hipotesis	44
BAB III		46
METODE PENELITIAN.....		46
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	46
3.2.	Variabel Penelitian	46
3.3.	Definisi Operasional Variabel	47
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	50
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6.	Populasi dan Sampel	54
3.7.	Teknik Analisis.....	56
BAB IV		67
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		67
4.1.	Analisis Deskriptif.....	67
4.2.	Analisis Statistik.....	70
4.3.	Pembahasan	83
BAB V.....		88
SIMPULAN		88
5.1.	Simpulan.....	88

5.2. Keterbatasan	89
5.3. Implikasi	90
5.3.1 Implikasi Praktis	90
5.3.2 Implikasi Teoritis	91
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	100



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1.....	3
Tabel 1. 2.....	5
Tabel 1. 3.....	7
Tabel 2. 1.....	37
Tabel 3. 1.....	48
Tabel 3. 2.....	49
Tabel 3. 3.....	49
Tabel 3. 4.....	50
Tabel 4. 1.....	68
Tabel 4. 2.....	68
Tabel 4. 3.....	69
Tabel 4. 4.....	71
Tabel 4. 5.....	71
Tabel 4. 6.....	72
Tabel 4. 7.....	72
Tabel 4. 8.....	73
Tabel 4. 9.....	75
Tabel 4. 10.....	76
Tabel 4. 11.....	78
Tabel 4. 12.....	80
Tabel 4. 13.....	82
Tabel 4. 14.....	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	1
Gambar 2. 1	44
Gambar 4. 1	74
Gambar 4. 2	77



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	102
Lampiran 2. Data Responden	105
Lampiran 3. Tabulasi Data Kuesioner	110
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	114
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	116
Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik	117
Lampiran 7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	119
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis	119
Lampiran 9. Tabel r	120
Lampiran 10. Tabel t	123
Lampiran 11. Tabel F	126
Lampiran 12. Kartu Bimbingan Skripsi	129
Lampiran 13. Kartu Seminar	130

