

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING DAN
MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CV
KALIJATI BERSAUDARA**



**Untuk memenuhi salah satu persyaratan kelulusan Program Studi
D-IV Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh:

Nadyia Agustina
NIM 062240612793

Dosen Pembimbing:

Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par.
NIP 199206082019032025

Ahmad Iman Mulyadi, M.I.Kom.
NIP 199007082022031005

**D-IV USAHA PERJALANAN WISATA
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi:

**ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING DAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA CV KALIJATI BERSAUDARA** disusun oleh **Nadyia Agustina (NIM
062240612793)** telah disetujui oleh pembimbing untuk dipertanggungjawabkan
dalam Seminar Skripsi.

Pembimbing 1



Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par.
NIP 199206082019032025

Pembimbing 2

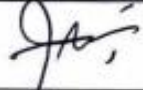
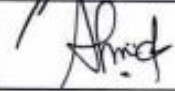


Ahmad Inan Mulyadi, M.I.Kom.
NIP 199007082022031005

HALAMAN PENGESAHAN

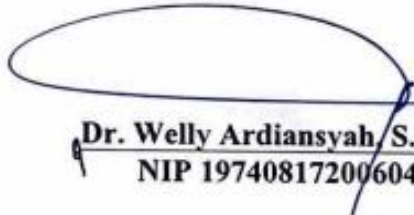
Judul Skripsi:

**ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING DAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA CV KALIJATI BERSAUDARA** disusun oleh **Nadyia Agustina** (NIM
062240612793) telah dipertanggungjawabkan dalam Seminar Skripsi di hadapan
dosen penguji pada Kamis, 25 Juni 2024.

	Dosen Penguji	Tanda Tangan
Ketua Penguji	Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA. NIP 197602222002121001	
Anggota Penguji 1	Ahmad Iman Mulyadi, M.I.Kom. NIP 199007082022031005	
Anggota Penguji 2	Alfitriani, S.ST.Par., M.Par. NIP 198805082019032009	
Anggota Penguji 3	Dr. Dra. Nurul Aryanti, M.Pd NIP 196802181993032001	

Disetujui oleh:

**Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**


Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd.
NIP 197408172006041001

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Nadyia Agustina

NIM : 062240612793

Tahun Masuk : 2022

Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata

Menyatakan bahwa dokumen Skripsi ini tidak mengandung bagian apa pun dari karya ilmiah lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di Perguruan Tinggi mana pun. Selain itu, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan oleh pihak lain/instansi, kecuali yang telah dikutip secara benar dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Saya dengan ini menyatakan bahwa dokumen Skripsi ini bebas dari segala unsur plagiarisme. Apabila di kemudian hari Skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat pihak lain sebagai milik saya, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Palembang, 15 Juni 2026



Nadyia Agustina

NIM 062240612793

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”
(Q.S Al-insyirah: 5-6)*

*“Pada akhirnya, ini semua hanyalah permulaan”
(Nadin Amizah)*

Karya ini Penulis Persembahkan Kepada:

1. Alm. Ayah (Nurman) dan Ibu (Ros) tercinta atas segala pengorbanan, doa dan kasih sayang yang menjadi kekuatan dalam setiap langkah perjalanan hidup penulis.
2. Keluarga penulis yang senantiasa hadir memberikan dukungan, semangat, dan warna dalam proses panjang menuju penyelesaian karya ini.
3. Teman-teman seperjuangan kelas BPB.
4. Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah Rabbil'alamin. Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat, dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnadi, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya beserta jajaran.
2. Bapak Dr. Welly Ardiansyah, S.S., M.Pd. selaku Ketua Jurusan Bahasa dan Pariwisata Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Bapak Ahmad Iman Mulyadi, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Bahasa dan Pariwisata Politeknik Negeri Sriwijaya dan Dosen Pembimbing II yang dengan sabar memberikan bimbingan, saran, dan dukungan kepada penulis..
4. Ibu Alditia Detmuliati, S.ST., M.Par., selaku Ketua Program Studi D-IV Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya dan Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan, masukan, motivasi, dan bimbingan selama proses penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf Jurusan Bahasa dan Pariwisata, khususnya Program Studi D-IV Usaha Perjalanan Wisata, yang telah memberikan ilmu, pengalaman, dan bantuan selama masa perkuliahan.
6. Pimpinan dan seluruh pihak CV Kalijati Bersaudara yang telah memberikan izin, informasi, serta membantu penulis selama pelaksanaan penelitian.
7. Cinta pertamaku, Ayah tercinta (Alm. Nurman), terima kasih atas cinta, kasih sayang, nilai-nilai kehidupan, serta doa dan perjuangan yang telah ayah berikan semasa hidup. Meskipun ayah tidak dapat menyaksikan secara langsung pencapaian ini, kehadiran dan kenangan tentang ayah selalu menjadi sumber kekuatan, semangat, dan motivasi bagi penulis untuk terus

melangkah dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga setiap pencapaian yang diraih dapat menjadi bentuk bakti dan kebanggaan untuk ayah. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat, ampunan, dan menempatkan ayah di tempat terbaik di sisi-Nya.

8. Kepada Ibu tersayang (Rosmiati), terima kasih atas doa yang tak pernah putus, kasih sayang yang tulus, kesabaran, serta segala pengorbanan yang telah diberikan. Terima kasih karena selalu menjadi tempat bersandar, penyemangat, dan sosok yang menguatkan penulis dalam setiap keadaan. Dukungan moral maupun material yang ibu berikan menjadi salah satu alasan terbesar penulis mampu bertahan dan menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan kepada ibu.
9. Saudara/i penulis, yaitu Abang, Dagos, Niannis, Nilala, Mpit, Maha, dan Dek Ikaf terima kasih telah menjadi sosok keluarga yang selalu hadir di saat penulis membutuhkan. Terima kasih atas dukungan berupa moral dan material, nasihat, kesediaan membantu menjawab berbagai pertanyaan selama proses penyusunan skripsi, serta motivasi yang terus diberikan ketika penulis merasa lelah dan kehilangan semangat. Terima kasih pula atas bantuan dan perhatian yang telah diberikan dengan tulus. Semoga segala kebaikan dan pengorbanan yang telah diberikan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT.
10. Sahabat-sahabat penulis, yaitu Jimmy Surya Putra, Rahmatika Zahra Al Jannah, dan Putri Fianita Roshida terima kasih telah menjadi tempat pulang di tengah lelahnya proses yang dijalani. Waktu yang dihabiskan bersama untuk mengerjakan tugas, berdiskusi, saling membantu, hingga berbagi keluh kesah dan tawa membuat proses yang berat terasa lebih ringan. Kebersamaan yang tercipta telah memberikan banyak kenangan indah yang akan selalu penulis ingat.
11. Teman-teman terdekat, yaitu Meisya, Nataca, Caca, Allesta, Melani, Naya, dan Pia terima kasih telah menemani perjalanan penyusunan skripsi ini

dengan penuh cerita. Meskipun jarak dan kesibukan membuat kita jarang bertemu, perhatian, doa, pesan singkat, serta semangat yang kalian berikan selalu hadir pada waktu yang tepat. Terima kasih telah menjadi teman yang tetap bertahan dan tumbuh bersama hingga hari ini.

12. Teman-teman seperjuangan BPB, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan selama menempuh pendidikan, dari semester pertama hingga akhirnya berada di titik ini. Kita mungkin tidak selalu sependapat, tidak selalu dekat, dan memiliki jalan cerita masing-masing, tetapi kebersamaan yang telah dilalui telah menghadirkan banyak pelajaran, tawa, dan kenangan yang berharga. Semoga langkah kita setelah ini dimudahkan, dan suatu saat nanti kita dapat mengenang masa-masa ini dengan rasa syukur dan bangga karena pernah berjuang bersama.
13. Diri sendiri, terima kasih telah bertahan dan terus melangkah hingga sampai pada titik ini. Terima kasih karena tetap bertanggung jawab menyelesaikan apa yang telah dimulai, meskipun sering dihadapkan pada rasa lelah, keraguan, dan keinginan untuk menyerah. Terima kasih karena memilih untuk tetap berusaha, belajar dari setiap proses, serta menghargai setiap pencapaian yang berhasil diraih. Tidak semua perjalanan berjalan mudah, tetapi berkat kesabaran dan keteguhan hati, semua tantangan dapat dilewati dengan baik. Semoga segala usaha yang telah dilakukan menjadi bekal untuk meraih impian dan menghadapi perjalanan hidup berikutnya.

Demikian ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan. Atas segala bantuan dari semua pihak penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Palembang, 10 Juni 2026

Penulis

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Content Marketing dan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV Kalijati Bersaudara**" dengan baik dan tepat pada waktunya. Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Diploma IV pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Pada proses penyusunan penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada dosen pembimbing atas arahan dan masukan yang diberikan selama proses penyusunan skripsi. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada orang tua dan keluarga tercinta atas doa serta dukungannya, kepada pihak CV Kalijati Bersaudara yang telah memberikan izin dan informasi selama penelitian, serta kepada teman-teman yang telah memberikan semangat dan bantuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi perbaikan dan penyempurnaan karya ilmiah ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, menambah wawasan dalam bidang pemasaran, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan content marketing, media sosial Instagram, dan keputusan pembelian konsumen.

Palembang, 10 Juni 2026

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk penerapan strategi pemasaran digital melalui *content marketing* dan media sosial Instagram dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen pada CV Kalijati Bersaudara, dimana peningkatan aktivitas promosi digital belum diikuti oleh peningkatan pembelian yang stabil. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing* terhadap keputusan pembelian, pengaruh media sosial Instagram terhadap keputusan pembelian, serta pengaruh keduanya secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada CV Kalijati Bersaudara. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 155 responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan *IBM SPSS Statistics* melalui uji t, uji F, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($t = 7,001$; sig. 0,000), media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($t = 3,488$; sig. 0,001), serta secara simultan keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ($F = 227,911$). Variabel *content marketing* menjadi faktor yang paling dominan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: *Content Marketing*, Media Sosial Instagram, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This research aims to apply digital marketing strategies through content marketing and Instagram social media in influencing consumer purchase decisions on CV Kalijati Brothers, where the increase in digital promotion activities has not been followed by a steady increase in purchases. This study aims to analyze the influence of content marketing on purchase decisions, the influence of Instagram social media on purchase decisions, and the influence of both simultaneously on consumer purchase decisions on the CV of Kalijati Brothers. The study used a quantitative approach with a survey method of 155 respondents who were selected using the purposive sampling technique. Data were collected through a likert scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with the help of IBM SPSS Statistics through t-test, F-test, and coefficient of determination. The results showed that content marketing had a positive and significant effect on purchase decisions ($t = 7,001$; sig. 0.000), Instagram social media had a positive and significant effect on purchase decisions ($t = 3,488$; sig. 0.001), and simultaneously both had a positive and significant effect on purchase decisions ($F = 227,911$). Content marketing variables are the most dominant factor in influencing consumer purchase decisions.

Keywords: *Content Marketing, Instagram Social Media, Purchase Decision*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
KATA PENGANTAR.....	ix
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	8
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teori	18
2.2.1 Pemasaran	18
2.2.2 Perilaku Konsumen	19
2.2.3 <i>Content Marketing</i>	20
2.2.4 Media Sosial	21
2.2.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.3 Kerangka Pemikiran	25
2.4 Hipotesis Penelitian	26
2.4.1 Pengaruh <i>Content marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	26
2.4.2 Pengaruh Media Sosial <i>Instagram</i> terhadap Keputusan Pembelian	27

2.3.3 Pengaruh <i>Content marketing</i> dan Media Sosial <i>Instagram</i> terhadap Keputusan Pembelian	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Objek, Lokasi dan Periode Penelitian	31
3.2 Jenis dan Sumber Data	32
3.2.1 Jenis Data	32
3.2.2 Sumber Data.....	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Operasional Variabel.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	41
4.1.1 Profil Singkat Perusahaan	41
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	43
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
4.3 Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	46
4.3.1 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Content Marketing	46
4.3.2 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Media Sosial Instagram	48
4.3.3 Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	50
4.4 Pengujian Instrumen.....	52
4.4.1 Uji Validitas	52
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	53
4.4.3 Analisis Regresi Berganda	54
4.4.4 Uji t (Uji Parsial).....	56
4.4.5 Uji F (Uji Simultan)	57
4.4.6 Koefisien Determinasi	58
4.5 Pembahasan	59

4.5.1 Pengaruh <i>Content marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV Kalijati Bersaudara	59
4.5.2 Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV Kalijati Bersaudara	61
4.5.3 Pengaruh <i>Content marketing</i> dan Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV Kalijati Bersaudara	64
BAB V PENUTUP	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Skala Likert	32
Tabel 3. 2 Operasional Variabel	35
Tabel 4. 1 Pertanyaan Screening	43
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4. 5 Frekuensi Variabel Content Marketing.....	46
Tabel 4.6 Interpretasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Content Marketing	47
Tabel 4. 7 Frekuensi Variabel Media Sosial Instagram	48
Tabel 4. 8 Interpretasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Media Sosial Instagram	49
Tabel 4. 9 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	50
Tabel 4.10 Interpretasi Skor Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Tabel 4. 11 Hasil Uji Validitas.....	52
Tabel 4. 12 Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4. 13 Hasil Output Regresi	55
Tabel 4. 14 Hasil Uji t (Parsial).....	56
Tabel 4. 15 Hasil Uji F (Simultan).....	57
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Instagram CV Kalijati Bersaudara	5
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Berpikir.....	26

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Pengantar Pengambilan Data
- Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data
- Lampiran 3 Surat Balasan Izin Pengambilan Data
- Lampiran 4 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran 5 Lembar Kesepakatan Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran 6 Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing I
- Lampiran 7 Lembar Bimbingan Skripsi Pembimbing II
- Lampiran 8 Lembar Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 9 Rekapitulasi Data Kuesioner
- Lampiran 10 Profil Responden
- Lampiran 11 Hasil Olah Data Kuesioner SPSS
- Lampiran 12 Lembar Revisi Penguji I
- Lampiran 13 Lembar Revisi Penguji II
- Lampiran 14 Lembar Revisi Penguji III
- Lampiran 15 Lembar Revisi Penguji IV
- Lampiran 16 Lembar Pelaksanaan Revisi Skripsi