

**PENGARUH *CONTENT MARKETING BRAND* DI TIKTOK DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP *IMPULSE BUYING* PADA ROTI'O DI
KOTA SEMARANG**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan
Untuk Mencapai Derajat Sarjana S-1
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:
NOVIA MURFIANINGSIH
NPM.221003612012502

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG
2025**

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

MOTTO

“Melamban bukanlah hal yang tabu, kadang itu yang kau butuh bersandar hibahkan bebanmu. Sebutlah nama-Nya, tetap di jalan-Nya kelak kau mengingat, kau akan teringat”

– Perunggu33x-

“But perhaps you hate thing and it’s good for you. And perhaps you love a thing and it’s bad for you (boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal itu baik untukmu, dan boleh jadi kamu mencintai sesuatu padahal itu buruk untukmu)”

-Al-Baqarah 216-

Dengan segala puja dan puji syukur saya panjatkan kepada allah SWT dan atas dukungan dari orang-orang tercinta akhirnya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua tercinta, yang selalu memberikan doa, dukungan, dan kepercayaan tanpa henti. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dan kasih sayang yang menjadi kekuatan terbesar dalam setiap langkah saya.
2. Kepada kakak saya, terima kasih atas semangat, perhatian, dan dukungan yang selalu diberikan. Kehadiran kalian menjadi pengingat bahwa saya tidak pernah berjalan sendiri.
3. Kepada dosen pembimbing, Ibu Dra Nurcahyati, S.E.,M.M.,Ak.,CA selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama penyusunan proposal ini.
4. Untuk teman-teman seperjuangan dan sahabat yang telah menemani selama masa perkuliahan, terima kasih atas kebersamaan, bantuan, dan cerita yang telah kita lalui bersama. Setiap proses, diskusi, dan tawa menjadi bagian penting dalam perjalanan ini.
5. Kepada beberapa orang yang telah menjadi bagian kecil dalam perjalanan ini, terima kasih atas kebersamaan, perhatian sederhana, dan dukungan yang diberikan di waktu-waktu tertentu. Meski tidak selalu dekat, kehadiranmu tetap menjadi salah satu warna dalam proses panjang ini.
6. Terakhir untuk diri saya sendiri, terima kasih karena telah bertahan, belajar, dan terus melangkah meskipun tidak selalu mudah. Perjalanan ini adalah bukti bahwa usaha dan doa tidak pernah sia-sia.

Judul : Pengaruh Content Marketing Brand di Tiktok dan Persepsi Harga terhadap Impulse Buying pada Roti'O di Kota Semarang

Title : *The Influence of Brand Content Marketing on TikTok and Price Perception on Impulse Buying at Roti'O in Semarang City*

Nama : Novia Murfianingsih

NPM : 221003612012502

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh content marketing dan persepsi harga terhadap impulse buying konsumen pada produk Roti'O di Kota Semarang. Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, mendorong perubahan perilaku konsumen dalam melakukan pembelian spontan melalui konten pemasaran yang menarik dan persuasif. Tingginya eksposur konten Roti'O di TikTok menimbulkan fenomena menarik terkait efektivitas content marketing dalam mendorong impulse buying, yang diduga juga dipengaruhi oleh persepsi harga konsumen terhadap produk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan kriteria responden pengguna TikTok yang pernah melihat konten Roti'O dan melakukan pembelian produk. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linear berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian pemasaran digital serta menjadi bahan pertimbangan praktis bagi perusahaan dalam merancang strategi content marketing dan penetapan harga yang efektif guna mendorong pembelian impulsif konsumen.

Kata Kunci: *Content Marketing, Persepsi Harga, Impulse Buying, Brand Content, Digital Marketing*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, bimbingan, dan karunia-Nya, sehingga penelitian yang berjudul "*Pengaruh Content Marketing Brand di TikTok dan Persepsi Harga terhadap Impulse buying pada Roti'O di Kota Semarang*" dapat diselesaikan dengan baik. Penulis menyadari bahwa tanpa pertolongan dan penyertaan-Nya, penyusunan proposal ini tidak akan dapat terselesaikan sesuai rencana.

Proposal penelitian ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis, serta dapat menjadi referensi yang menambah wawasan dan berkontribusi pada pengembangan ilmu manajemen pemasaran. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya maupun penerapan strategi pemasaran digital yang relevan di era digital saat ini.

Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis banyak menerima dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra Nurcahyati, S.E.,M.M.,Ak.,CA selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang dan selaku Dosen Pembimbing, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama penyusunan proposal ini.
2. Drs. Galuh Juniarto, S.E., M.M., selaku Kepala Prodi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 194 Semarang.
3. Dr. Dra. Sulistiyani, MM selaku Dosen Penguji 1 yang telah meluangkan waktunya untuk menguji proposal ini.
4. Dr. Dra. Tri Widayati, SE., M.Si selaku Dosen Penguji 2 yang telah meluangkan waktunya untuk menguji proposal ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Semarang.
6. Kedua orang tua, kakak, dan keluarga atas dukungan moral, doa, dan motivasi yang berkelanjutan sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik.
7. Rekan- rekan atas dukungan, diskusi, kerja sama yang membantu kelancaran pelaksanaan penelitian ini.
8. Responden yang telah bersedia mengisi dan membantu dalam penelitian.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap proposal penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik serta menjadi pijakan bagi penelitian-penelitian berikutnya dalam bidang manajemen pemasaran.

Semarang, 10 Februari 2026

Novia Murfianingsih

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR GAMBAR.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Manfaat Organisasional	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Telaah Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Definisi <i>Content Marketing Brand</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.1 Faktor – Faktor yang mempengaruhi <i>Content Marketing</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.1.2 Indikator <i>Content Marketing</i> ..	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Definisi Persepsi Harga.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Faktor yang Memengaruhi Persepsi Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.2.1 Indikator Persepsi Harga	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Definisi <i>Impulse buying</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.1 Faktor yang Mempengaruhi <i>Impulse buying</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.2 Tipe Tipe <i>Impulse buying</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.3.4 Indikator <i>Impulse buying</i>	Error! Bookmark not defined.

2.2	Peneliti Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.3	Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.3.1	Pengaruh <i>Content Marketing Brand</i> Terhadap <i>Impulse buying</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3.2	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap <i>Impulse buying</i>	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN Error! Bookmark not defined.		
3.1	Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.1.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Pengukuran Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Uji Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
	Sumber: Data Primer diolah, 2025.	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Analisis Deskripsi	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Analisis Inferensial	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Error! Bookmark not defined.		
4.1	Deskripsi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Deskripsi Responden	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Deskripsi Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.2	Persepsi Harga (X2).....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2.3	Impulse Buying (Y)	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Uji Asumsi Klasik.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Analisis Regresi Linier Berganda	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Uji Goodness of Fit (Uji Model)	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.

BAB V	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.