

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* SOCIOLLA (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)**

**TIKA SULISTIORINI**

**1702517015**



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

***THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING TOWARD  
BRAND AWARENESS ON SOCIOLLA (Survey on Student of  
Universitas Negeri Jakarta)***

**TIKA SULISTIORINI**

**1702517015**



*This Scientific Paper was arranged to meet one of the requirements for obtaining an Associate Expert Degree at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta*

**MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII  
FACULTY OF ECONOMICS  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2020**

## ABSTRAK

**Tika Sulistiorini, 2020; 1702517015; Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Sociolla (Survei pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.**

Penulisan ini bertujuan untuk: 1) Memahami gambaran *Content Marketing* yang dimiliki Sociolla. 2) Memahami gambaran *Brand Awareness* yang dimiliki Sociolla. 3) Memahami bagaimana Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* Sociolla. Dalam penulisan ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah hasil penyebaran kuisioner pada 115 responden yang pernah melihat *content marketing* Sociolla. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Subjek penulisan ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *content marketing* mempunyai pengaruh terhadap *Brand awareness* pada Sociolla. Ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 0.312 (31,2%).

Kata kunci : *Content Markeing, Brand Awareness, Sociolla, Online, Kecantikan.*

## **ABSTRACT**

**Tika Sulistiorini,2020; 1702517015; The Influence Of Content Marketing Toward Brand Awareness On Sociolla (Survey on Student of Universitas Negeri Jakarta). Scientific Paper, DIII Marketing Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta**

*This writing aims to: 1) Understand Marketing Content and Brand Awareness owned by Sociolla. 2) Understanding the Effect of Content Marketing on Sociolla Brand Awareness. In this method, the data used are the results of the distribution of questionnaires to 115 respondents who have seen Content Marketing Sociolla. The analytical method used is simple regression analysis. This subject is a Jakarta State University Student. From the results of this study indicate that content marketing has an influence on Brand awareness on Sociolla. Shown with the determination coefficient of 0.312 (31.2%)*

*Keywords: Marketing Content, Brand Awareness, Sociolla, Online, Beauty*

**Lembar Persetujuan Proposal Karya Ilmiah**

**PERSETUJUAN PEMBIMBING  
DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH**

Mengetahui,

Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran

Pembimbing



**Dra. Solikhah, M.M**

NIP : 196206231990032001

04 Agustus 2020



**Shandy Aditya, BIB, MPBS**

NIP : 198404082019031003

04 Agustus 2020

Nama : Tika Sulistiorini

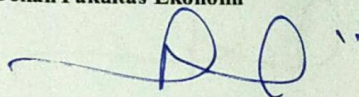
No. Registrasi : 1702517015

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

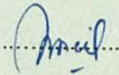
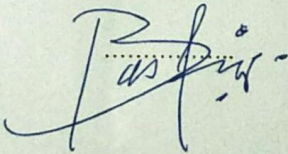
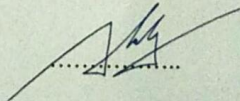
Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
	Ketua Sidang		
1	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985032002		24 Agustus 2020
	Penguji Ahli		
2	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 197404162006041001		24 Agustus 2020
	Pembimbing		
3	<u>Shandy Aditya, BIB, MBPS</u> NIP. 198404082019031003		25 Agustus 2020
Nama : Tika Sulistorini No. Registrasi : 1702517015 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 10 Agustus 2020			

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- Dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

## LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Tika Sulistiorini

NIM : 1702517015

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul “ **Pengaruh Content Marketing Terhadap Brand Awareness Sociolla (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Universitas Negeri Jakarta)** ini adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiatisme atau pengutipan dengan cara - cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas Pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudia ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 18 Agustus 2020

Yang menyatakan,



**Tika Sulstiorini**

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, karena dengan-Nya praktikan diberikan kesehatan serta kemudahan sehingga dapat menyusun Karya Ilmiah dengan Judul “**Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Brand Awareness Sociolla***” (Survey Terhadap Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)

Dalam menyelesaikan penulisan ini, praktikan sangat sadar bahwa sepenuhnya Karya Ilmiah ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, dan semangat dari banyak pihak, baik bersifat moril maupun materil, maka dari itu, dengan ketulusan hati praktikan menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Ari Saptono, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Solikhah MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku dosen pembimbing yang membantu praktikan dalam menyelesaikan penulisan Karya Ilmiah ini.
4. Ibu Bapak Dosen Program DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama dibangku perkuliahan.
5. Rekan-rekan sesama mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran, terutama kelas B.
6. Teman-teman dan kerabat terutama rekan-rekan grup 99 *liner* yang tidak dapat disebutkan satu persatu.



7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penulisan ini.

Praktikan menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini. Praktikan mengharapkan kritik beserta saran yang bersifat membangun. Semoga dengan adanya laporan ini bisa menjadikan manfaat bagi pembaca.



Jakarta, 21 Agustus 2020

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. A.', is written over the watermark logo.

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Rumusan Masalah.....</b>	<b>11</b>
<b>C. Tujuan dan Manfaat Penulisan.....</b>	<b>11</b>
<b>BAB II KAJIAN TEORITIS DAN METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>13</b>
<b>A. Kajian Teoretis.....</b>	<b>13</b>
1. <i>Content Marketing</i> .....	13
2. <i>Brand Awareness</i> .....	18
3. Rujukan penelitian terdahulu.....	23
<b>B. Kerangka Berfikir.....</b>	<b>28</b>
<b>C. Metodologi Penelitian.....</b>	<b>29</b>
1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	29
2. Metode Penelitian.....	30
3. Teknik Analisis Data.....	34
<b>BAB III PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
<b>A. Analisis Data.....</b>	<b>41</b>
<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>59</b>
<b>A. Kesimpulan.....</b>	<b>59</b>
<b>B. Saran.....</b>	<b>60</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>62</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>66</b>

## DAFTAR TABEL

Nomor Tabel	Judul Tabel	Halaman
Tabel II.1	Ringkasan Penelitian Terdahulu	25
Tabel II.2	Variabel Operasional	28
Tabel II.3	Skala Kuesioner Penelitian	31
Tabel III.1	Hasil Uji Validitas	43
Tabel III.2	Hasil Uji Realibilitas	44
Tabel III.3	Kategori Responden berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel III.4	Kategori Responden berdasarkan Fakultas	46
Tabel III.5	Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i>	47
Tabel III.6	Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i>	56
Tabel III.7	Normalitas Metode Kolomgorov-Smirnova	62
Tabel III.8	Hasil Uji Linearitas	63
Tabel III.9	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	63
Tabel III.10	Uji koefisien Determinasi	65

## DAFTAR GAMBAR

Nomor Gambar	Judul Gambar	Halaman
Gambar I.1	Pengguna Internet di Dunia Tahun 2020	3
Gambar I.2	Peringkat Pertumbuhan Internet Dunia 2020	4
Gambar I.3	Jumlah Pengguna Internet Indonesia 2020	5
Gambar I.4	Logo Sociolla	7
Gambar I.5	Survey tentang <i>Awareness</i> terhadap Sociolla	8
Gambar I.6	<i>Beauty Journal</i> Sociolla	9
Gambar II.1	Kerangka Berpikir	26
Gambar III.1	Uji Normalitas Plot	61

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Nomor Lampiran</b>	<b>Judul Lampiran</b>
Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Data Hasil Responden
Lampiran 3	Hasil Perhitungan <i>SPSS</i>





KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://lib.unj.ac.id)

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

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Tika Sulistiorini  
NIM : 1702517015  
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / D3 Manajemen Pemasaran  
Alamat email : Tikastrn99@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi     Tesis     Disertasi     Lain-lain ( Tugas Akhir..... )

.yang berjudul :

Pengaruh Content Marketing terhadap Brand Awareness Sociolla (Studi pada Mahasiswa/I Universitas Negeri Jakarta)

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 11 September 2020

Penulis

( Tika Sulistiorini )  
nama dan tanda tangan