

**PENGARUH *E-WEBQUAL*, *CONTENT MARKETING*, *SOCIAL  
MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TIKET CGV MADIUN**



**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

**PENGARUH *E-WEBQUAL*, *CONTENT MARKETING*, *SOCIAL  
MEDIA MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
TIKET CGV MADIUN**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Studi Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Nama : Cerlis Cesar Zeini

NIM : 2041276

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *E-Webqual*, *Content Marketing*, *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Tiket CGV Madiun

Nama : Cerlis Cesar Zeini

NIM : 20415276

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 18 Oktober 2001

Program Studi : Manajemen

Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Ponorogo, 16 Januari 2024

Pembimbing I



Dr. Adi Santoso, S.E., MM  
NIDN. 0727118803

Pembimbing II



Dr. Riawan, S.Pd., MM  
NIDN. 0705128502

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Heri Sumarsono, S.E., M.Si  
NIDN. 0760508 200501 1 002

Dosen Penguji :

Penguji I



Dr. Adi Santoso, S.E., MM  
NIDN. 0727118803

Penguji II



Wahna Widhianingrum, SP., MM  
NIDN. 0707118602

Penguji III



Dr. Heri Wijayanto, ST., MM., M.Kom  
NIDN. 0025057401

## KATA PENGANTAR

*Assalamuallaikum Wr.Wb*

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh E-Webqual, Content Marketing, Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Tiket CGV Madiun”** dapat terselesaikan dengan baik, meskipun banyak halangan dan rintangan yang penulis. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menempuh gelar Sarjana Strata 1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo .

Penulis menyadari bahwa terdapat banyak kesulitan yang dihadapi dalam proses penyusunan skripsi, namun karena bantuan dan dukungan dari beberapa pihak, skripsi ini dapat terselesaikan, oleh karena itu penulis menyampaikan rasa terimakasih dan hormat kepada :

1. Allah SWT, dengan segala rahmat dan hidayah-Nya yang telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Dr. Happy Susanto, M.A., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Dr. Hadi Sumarsono, S.E.,M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
4. Ibu Naning Kristiyana, S.E.,M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

5. Bapak Dr. Adi Santoso, M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang dengan teliti dan loyalitas meluangkan waktu ditengah kesibukan untuk membimbing dan memberikan dukungan penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Riawan, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberikan semangat, serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak / Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo, beserta staff atas ilmu dan pengalaman yang diberikan.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang terbaik kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, oleh karena itu diharapkan kritik dan saran yang dapat mendukung penyempurnaan skripsi ini . Penulis berharap skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

*Wassalamualaikum. Wr.Wb*

Ponorogo, 26 Desember 2023



Cerlis Cesar Zeini


## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

### KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institusi Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 11 Januari 2024



  
**Cerlis Cesar Zeini**  
NIM 20415276

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-nya serta kemudahan yang diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh E-Webqual, Content Marketing, Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Tiket CGV Madiun**”. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, pengetahuan serta dukungan dari berbagai pihak. Segala perjuangan saya hingga di titik ini, saya persembahkan teruntuk orang-orang hebat yang selalu menjadi penyemangat, menjadi alasan saya bertahan hingga bisa menyelesaikan skripsi ini. Sebagai ungkapan rasa cinta dan terimakasih, karya tulis Tugas Akhir ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua tercintaku, Bapak Nanang Sutrisna cinta pertama dan panutanku, terimakasih selalu mewujudkan segala keinginan penulis serta mendidik, memberikan semangat, motivasi, dan dukungan kepada penulis, Ibu Ririn Pintu Surgaku, yang tiada henti memberikan kasih sayang dengan penuh cinta dan selalu memberikan motivasi serta doa hingga penulis mampu menyelesaikan studinya hingga sarjana, sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi agar selalu ada di setiap perjalanan dan pencapaian hidup penulis.
2. Kedua kakakku, Emi Putriyani, S.Pd dan Harry Murti, S.E yang selalu membantu serta memberikan dukungan kepada penulis hingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir.
3. Adik keponakanku, Ghaisan Alta Sabian yang selalu menghibur dan memberikan semangat kepada penulis.

4. Sahabatku, Ifa Nirmala Laili yang selalu menemani penulis di segala kondisi, menjadi tempat cerita yang nyaman, terimakasih sudah searah meskipun tidak sedarah.
5. Sahabatku di perkuliahan, Zar'In, Wafi, Fitria, Sari, Davyra, Amanda, Sindi yang selalu memberikan semangat dan kebersamai dalam setiap keadaan selama perkuliahan hingga tugas akhir ini selesai.
6. Teman seperjuangan, Manajemen 7D, terimakasih telah memberikan warna dan kebersamaan dalam perkuliahan, sukses selalu.
7. Keluargaku di perantauan Dhika Kost, Bapak Herwanto, Ibu Indang, Zar'in, Fitria, Erma, Aulia, Azizah, Aisyi, yang selalu membantu penulis ketika berada di perantauan, terutama Zar'in dan Fitria yang selalu menemani penulis begadang menyelesaikan revisi hingga dini hari.
8. Pendakwah muda, Husyain Basyaiban atau dikenal Lora Kadam Sidik, terimakasih telah menjadi motivator yang menginspirasi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Semua pihak yang terlibat, terimakasih untuk pihak-pihak yang membantu penulis selama penelitian yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.
10. Terakhir, kepada diri sendiri, Cerlis Cesar Zeini, apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah bertahan dan menikmati prosesnya hingga terselesaikannya tugas akhir ini, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.



## MOTTO

“Maka bersabarlah engkau, sungguh janji Allah itu benar dan sekali-kali jangan sampai orang-orang yang tidak meyakini itu menggelisahkan engkau”

(Q.S Ar-Rum Ayat 60)

“Nasib tidak bisa diduga, takdir tidak bisa dirubah, tapi do’a bisa merubah segalanya.

Nothing is imposible when allah said: Kun Fayakun”

(Ustadz Hanan Attaki)

“Ratusan rencana telah direncanakan, ribuan cara telah dilakukan, namun sama sekali tak ada perubahan, seperti rencanamu berbeda dengan rencana tuhan, sebab dialah sang maha laksana yang belum mengizinkan, maka seperti cara terbaik bukanlah kembali memperjuangkan tapi belajar bagaimana cara merelakan”

(Lora Kadam Sidik)

“ jangan pernah ragu untuk memulai hal baru, teruslah melangkah dan mencoba, dan jangan lupa libatkan allah dalam prosesmu, agar kemudahan menyertaimu”

(Cerlis Cesar Zeini)

## RINGKASAN

**Cerlis Cesar Zeini, NIM 20415276, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, Skripsi : “Pengaruh E-Webqual, Content Marketing, Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Tiket CGV Madiun”**

Perkembangan teknologi yang sangat pesat memicu perubahan pada berbagai kehidupan, salah satunya pada keputusan pembelian konsumen, sedangkan konsumen dalam mengambil keputusan pembelian memperhatikan *e-webqual*, *content marketing*, *social media marketing*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-webqual*, *content marketing*, *social media marketing* terhadap keputusan pembelian tiket CGV Madiun. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode penyebaran kuisioner. Populasi dalam penelitian ini tidak dapat diketahui secara pasti dikarenakan jumlah responden relatif banyak dan belum ada data secara pasti. Metode pengambilan sampel menggunakan tehnik *accidental sampling* sebanyak 192 responden. Pengumpulan data menggunakan kuisioner dan dianalisis menggunakan *Regresi Linear Berganda*. Hasil penelitian diketahui bahwa *e-webqual*, *content marketing*, *social media marketing* memiliki pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian tiket CGV Madiun.

Kata kunci : *E-Webqual, Content Marketing, Social Media Marketing*

## DAFTAR ISI

COVER.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
MOTTO.....	ix
RINGKASAN.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Perumusan Masalah.....	8
1.3    Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	9
BAB II.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1    Landasan Teori.....	11
a.    Theory Of Planed Behavior (TPB).....	11
b.    Manajemen.....	14
c.    Bisnis Digital.....	15
d.    Perilaku Konsumen.....	16
e.    E-webqual.....	18
1.    Pengertian E-webqual.....	18
2.    Indikator E-Webqual.....	20
f.    Content Marketing.....	21
1.    Pengertian Content Marketing.....	21
2.    Indikator Content Marketing.....	23

g. Social Media Marketing .....	24
1. Pengertian Social Media Marketing.....	24
2. Indikator social media marketing.....	27
h. Keputusan Pembelian.....	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian .....	28
2. Indikator Keputusan Pembelian.....	32
2.2. Penelitian Terdahulu .....	33
2.3 Kerangka Konseptual Penelitian.....	37
2.4 Hipotesis.....	37
<b>BAB III.....</b>	<b>40</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>40</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	40
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian.....	40
1. Populasi.....	40
2. Sampel.....	41
3.3 Metode Pengambilan Data .....	41
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	42
3.5 Metode Analisis Data.....	43
<b>BAB IV.....</b>	<b>47</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>47</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	47
4.1.1. Gambaran Umum CGV Madiun.....	47
4.1.2. Gambaran Umum Responden .....	47
4.1.3 Tanggapan Responden .....	52
1. Analisa Outer Model.....	57
a. <i>Convergent validity</i> .....	58
b. <i>Discriminant Validity</i> .....	59
c. <i>Composite Reliability</i> .....	59
d. <i>Cronbach's Alpha</i> .....	60
2. Analisis Inner Model.....	60
3. Pengujian Hipotesis .....	63

1.	pengaruh e-webqual terhadap keputusan pembelian.....	64
2.	pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian.....	64
3.	pengaruh social media marketing terhadap keputusan pembelian.....	64
4.2.	Pembahasan.....	65
<b>BAB V</b> .....		72
<b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....		72
5.1.	Kesimpulan.....	72
5.2.	Saran .....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		74
<b>LAMPIRAN</b> .....		79
<b>Lampiran 1. Kuisisioner</b> .....		79
<b>Lampiran 2. Data Responden</b> .....		82
<b>Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden</b> .....		91
<b>Lampiran 4. Hasil Rata-Rata Jawaban Responden</b> .....		99
<b>Lampiran 5. Hasil Olah Data</b> .....		100
<b>Lampiran 6. Cek Plagiasi</b> .....		102
<b>Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan</b> .....		104
<b>Lampiran 8. Fitur Website CGV</b> .....		106



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	33
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.1 Usia Responden .....	48
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	49
Tabel 4.3 Frekuensi Pembelian Tiket .....	50
Tabel 4.4 Pendapatan Responden .....	51
Tabel 4.5 Skala Interval .....	52
Tabel 4.6 Tanggapan Responden X1 .....	53
Tabel 4.7 Tanggapan Responden X2 .....	54
Tabel 4.8 Tanggapan Responden X3 .....	55
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Y .....	56
Tabel 5.0 Convergent Validity .....	58
Tabel 5.1 Discriminant Validity.....	59
Tabel 5.2 Composite Reability.....	59
Tabel 5.3 Cronbach's Alpha .....	60
Tabel 5.4 Path Coefficients.....	61
Tabel 5.5 R Square.....	62
Tabel 5.6 P Values .....	63

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.3 Kerangka Penelitian .....	37
Gambar 4.1 Hasil Outer Model.....	57
Gambar 4.2 Hasil Model Sturtural .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner .....	79
Lampiran 2. Data Responden .....	82
Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden .....	91
Lampiran 4. Hasil Rata-Rata Jawaban Responden .....	99
Lampiran 5. Hasil Olah Data .....	100
Lampiran 6. Cek Plagiasi .....	102
Lampiran 7. Berita Acara Bimbingan .....	104
Lampiran 8. Fitur Website CGV .....	106

