

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, *CONTENT*
MARKETING, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BLUDER MOJU DI MADIUN**



SKRIPSI

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

Nama : Aulia Hanifa Pratiwi

NIM : 21415475

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

**PENGARUH *PRODUCT KNOWLEDGE*, *CONTENT*
MARKETING, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN BLUDER MOJU DI MADIUN**



SKRIPSI

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

Nama : Aulia Hanifa Pratiwi

NIM : 21415475

Program Studi : Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Product Knowledge*, *Content Marketing*, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Bluder Moju di Madiun

Nama : Aulia Hanifa Pratiwi

NIM : 21415475

Tempat, Tanggal Lahir : Madiun, 17 Oktober 2003

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, 06 Februari 2025

Pembimbing I


Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom.
NUPTK. 0857752653130142

Pembimbing II


Naning Kristiyana, S.E., M.M.
NUPTK. 2253753654230083

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Hadi Sunarsono, S.E., M.Si.
NIP. 697605082005011002

Dosen Penguji :


Dr. Heri Wijayanto, S.T., M.M., M.Kom.
NUPTK. 0857752653130142


Wahna Widhianingrum, S.P., M.M.
NUPTK. 3439764665230213


Titi Rapini, S.E., M.M.
NUPTK. 9837741642230122

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, penulis memanjatkan puji dan syukur atas limpahan rahmat, karunia, dan kesempatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Product Knowledge*, *Content Marketing*, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Bluder Moju di Madiun”. Skripsi ini merupakan sebuah bagian penting dari proses akademik dan menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai tantangan yang memberikan penulis banyak pelajaran serta pengalaman yang berharga. Namun, berkat banyak tangan yang membantu, banyak pikiran yang memberikan pencerahan, dan banyak doa yang menyertai, penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan baik. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. Dr. Rido Kurnianto, M.Ag., selaku rektor Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Dr. Hadi Sumarsono, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu Naning Kristiyana, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo sekaligus Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan arahan serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Dr. Heri Wijayanto S.T., M.M., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan serta bimbingan untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca

Wassalamualaikum Wr. Wb

Ponorogo, 06 Februari 2025



Aulia Hanifa Pratiwi
NIM. 21415475

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, 06 Februari 2025



Aulia Hanifa Pratiwi
NIM. 21415475

PERSEMBAHAN

Skripsi ini merupakan hasil dari perjalanan panjang yang tidak hanya melibatkan pemikiran dan kerja keras, tetapi juga dukungan dan doa dari berbagai pihak yang telah ikut serta dalam proses ini. Dengan segala rasa hormat dan terima kasih, penulis persembahkan karya ini kepada mereka yang telah memberikan kontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mewujudkan penelitian ini, yaitu :

1. Kedua orang tua yang selalu menjadi sumber motivasi dan kasih sayang yang tiada tara. Terima kasih atas segala pengorbanan yang tak terhitung jumlahnya, atas cinta yang tak pernah habis, dan atas setiap dukungan yang selalu ada.
2. Yusfian Nahrowi sebagai patner perjalanan terbaik yang senantiasa memberikan semangat, menemani di setiap proses, dan memberikan kekuatan di saat-saat sulit. Terimakasih atas segala dukungan yang tulus dan penuh kasih membuat setiap langkah menjadi lebih ringan dan penuh harapan.
3. Riswananda Laylla sebagai sahabat sejak menjadi mahasiswa baru hingga sekarang yang selalu ada untuk memberi dukungan moral, motivasi dan keceriaan.
4. Seluruh pihak yang berkontribusi dalam penelitian ini, meski tidak dapat disebutkan satu per satu.
5. Kepada diri sendiri yang telah berjuang dan bertahan hingga skripsi ini bisa diselesaikan.

MOTTO

Hidup bukanlah sebuah perlombaan ataupun perbandingan, ikuti ritme langkahmu sendiri dengan penuh makna dan jangan pernah merasa tertinggal.

(Anonim)



RINGKASAN

Skripsi : “Pengaruh Product Knowledge, Content Marketing, dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Bluder Mojo di Madiun” ; Aulia Hanifa Pratiwi, NIM 21415475, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Persaingan dalam dunia bisnis yang semakin kompetitif menuntut para pelaku usaha untuk terus beradaptasi dan memahami faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh *Product Knowledge*, *Content Marketing*, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Bluder Mojo di Madiun. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan melibatkan 65 responden yang dipilih melalui teknik *accidental sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert 1-5 untuk mengukur tingkat kesepakatan responden terhadap pernyataan yang diajukan dan dianalisis menggunakan statistik SPSS untuk menguji hubungan antar variabel. Hasil analisis menunjukkan bahwa *product knowledge*, *content marketing*, dan kepercayaan secara signifikan memengaruhi keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci : ***Product Knowledge, Content Marketing, Kepercayaan***



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO.....	vii
RINGKASAN	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori	9
1. Manajemen.....	9
2. Kewirausahaan	11
3. Bauran Pemasaran.....	12
4. Perilaku Konsumen	15
5. Keputusan Pembelian.....	18
6. <i>Product Knowledge</i>	21
7. <i>Content Marketing</i>	22

8.	Kepercayaan.....	26
2.2	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3	Kerangka Penelitian	29
2.4	Hipotesis.....	29
BAB III METODE PENELITIAN.....		33
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	33
3.2	Populasi Dan Sampel Penelitian	33
1.	Populasi Penelitian.....	33
2.	Sampel Penelitian.....	33
3.3	Metode Pengambilan Data	34
3.4	Definisi Operasional Variabel	36
1.	Variabel Independen (X)	36
2.	Variabel Dependen (Y).....	39
3.5	Metode Analisis Data	40
1.	Uji Instrumental Data.....	40
2.	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	41
3.	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
4.	Uji Hipotesis.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		44
4.1	Hasil Penelitian	44
1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	44
2.	Gambaran Umum Responden	45
3.	Deskripsi Jawaban Responden.....	47
4.	Uji Instrumental Data.....	51
5.	Analisis Regresi Linier Berganda	53
6.	Uji Koefisien Determinasi.....	55

7. Uji Hipotesis.....	56
4.2 Pembahasan.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	67
5.1 Kesimpulan	67
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	75

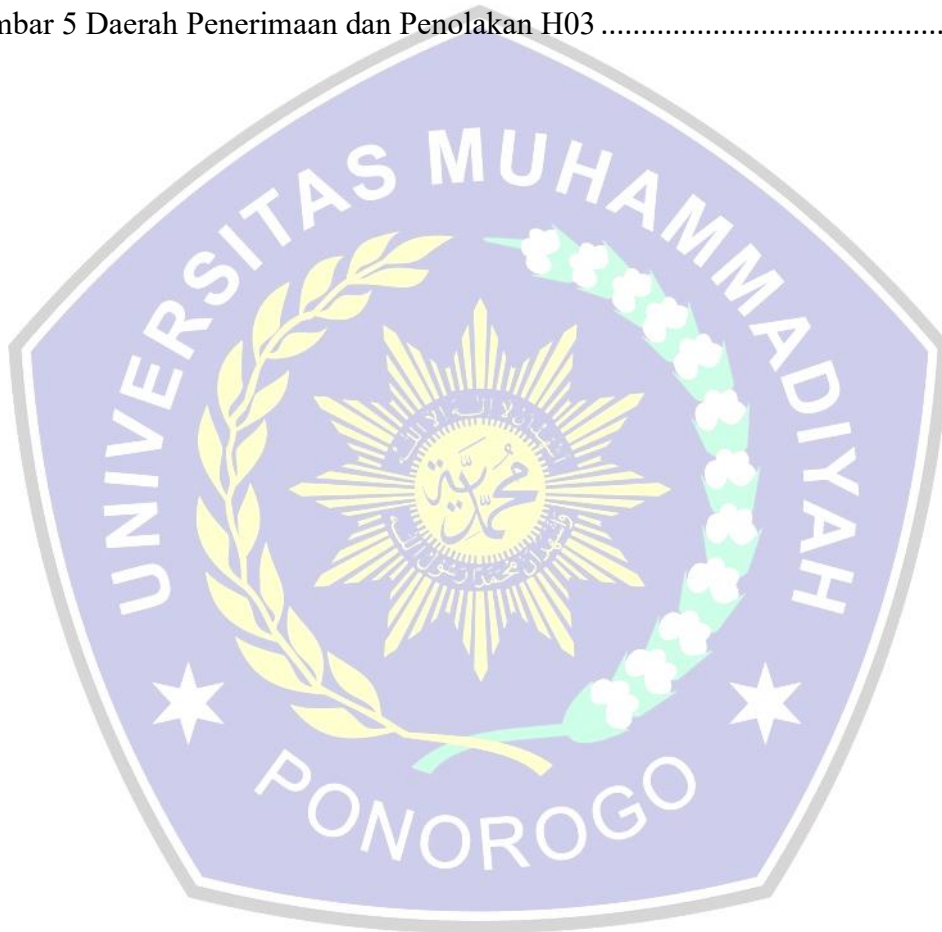


DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	45
Tabel 3 Karakteristik Usia Responden.....	46
Tabel 4 Karakteristik Pendapatan Responden.....	46
Tabel 5 Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Product Knowlege</i>	47
Tabel 6 Jawaban Responden Terhadap Variabel <i>Content Marketing</i>	48
Tabel 7 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepercayaan	49
Tabel 8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian	50
Tabel 9 Uji Validitas.....	52
Tabel 10 Uji Reliabilitas.....	53
Tabel 11 Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 12 Uji Koefisien Determinasi.....	56
Tabel 13 Uji t (Parsial).....	57
Tabel 14 Uji F (Simultan)	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Penelitian	29
Gambar 2 Histogram Uji Linier Berganda	55
Gambar 3 Daerah Penerimaan dan Penolakan H01	59
Gambar 4 Daerah Penerimaan dan Penolakan H02	61
Gambar 5 Daerah Penerimaan dan Penolakan H03	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	75
Lampiran 2 Data Responden.....	79
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden	82
Lampiran 4 Hasil Rata-Rata Jawaban Responden	85
Lampiran 5 Hasil Olah Data	87
Lampiran 6 Cek Plagiasi	93
Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan	95
Lampiran 8 Surat Izin Penelitian.....	97
Lampiran 9 Dokumentasi.....	98

