

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW DALAM MENINGKATKAN *BRAND*
AWARENESS PADA APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI

Disusun oleh :

Risqina Puteri

202110325109



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing Dan Online
Customer Review Dalam Meningkatkan
Brand Awareness Pada Aplikasi Tiktok
(Survei Pada Nouglasshop Bekasi)

Nama Mahasiswa : Risqina Puteri

Nomor Pokok : 202110325109

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2025

Jakarta, 01 Agustus 2025

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin,

Dr. Muhammad Richo Rianto, SE.,

SE., MM

MM

0313036802

0314118601

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* dan *Online Customer review* dalam meningkatkan *Brand Awareness* pada Aplikasi TikTok Bekasi

Nama Mahasiswa : Risqina Puteri

Nomer Pokok : 202110325109

Program Studi / Fakultas : Manajemen / Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 25 Juli 2025

Jakarta, 01 Agustus 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Prof. Dr. Ir. Hapzi Ali, MM., CMA., MPM
NIDN. 0012016601

Sekretaris Tim Penguji : Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

Penguji : Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, SE., M.M
NIDN. 0313036802


.....


.....


.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Manajemen



Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN. 0327037601

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M
NIDN. 0318087101

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Risqina Puteri
Nomer Pokok Mahasiswa : 202110325109
Tempat, Tanggal Lahir : Bekasi, 08 Maret 2003
Alamat : Villa Gading Harapan 2 , Rt/Rw 002/010, Kel.
Satria Mekar, Kec.Tambun Utara, Kab. Bekasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul “Pengaruh *Content Marketing* dan *Online Customer review* Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* pada Aplikasi Tiktok” “. Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan Skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2025



Risqina Puteri

202110325109

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh content marketing dan online customer review terhadap brand awareness pada aplikasi TikTok dengan studi kasus pada merek lokal kacamata, Nouglasses. Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah strategi pemasaran digital di mana konten kreatif dan interaktif menjadi kunci utama dalam membangun kesadaran merek. Content marketing dinilai mampu meningkatkan keterlibatan audiens, sementara ulasan pelanggan secara daring dianggap berperan dalam membentuk persepsi calon konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada 121 responden yang merupakan pengguna TikTok dan pernah terpapar konten dari merek Nouglasses. Teknik analisis data menggunakan metode Partial Least Square (PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS 4.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa content marketing berpengaruh positif dan signifikan terhadap brand awareness, sedangkan online customer review tidak berpengaruh signifikan. Temuan ini menekankan pentingnya strategi konten visual yang relevan dan tepat sasaran dalam membangun kesadaran merek di era digital, khususnya di platform TikTok. Sebaliknya, ulasan pelanggan tidak selalu menjadi faktor utama dalam meningkatkan brand awareness, meskipun tetap memiliki peran dalam tahapan evaluasi keputusan pembelian.

Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk lebih fokus dalam mengembangkan konten pemasaran digital yang kreatif, relevan, dan sesuai dengan tren media sosial guna meningkatkan visibilitas dan daya tarik merek.

Kata Kunci: Content Marketing, Online Customer Review, Brand Awareness, TikTok, Pemasaran Digital



ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of content marketing and online customer reviews on brand awareness on the TikTok platform, using the local eyewear brand Nouglasses as a case study. The rise of social media, particularly TikTok, has transformed digital marketing strategies, where creative and interactive content plays a key role in building brand awareness. Content marketing is believed to enhance audience engagement, while online customer reviews help shape consumer perceptions.

This research uses a quantitative approach with a survey method by distributing questionnaires to 121 respondents who are TikTok users and have been exposed to Nouglasses content. Data analysis was conducted using Partial Least Square (PLS) with the SmartPLS 4.0 application.

*The results show that **content marketing has a positive and significant effect on brand awareness**, while **online customer reviews do not have a significant effect**. These findings highlight the importance of relevant and timely visual content strategies in building brand awareness in the digital era, especially on TikTok. On the other hand, customer reviews are not always a primary factor in increasing brand awareness, although they still play a role in the evaluation stage of the purchasing decision process.*

This study provides practical implications for businesses, especially SMEs, to focus more on developing creative, relevant, and trend-appropriate digital marketing content to enhance brand visibility and consumer appeal.

Keywords: *Content Marketing, Online Customer Review, Brand Awareness, TikTok, Digital Marketing*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Content Marketing dan Online Customer Review dalam meningkatkan Brand Awareness"** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Irjen. Pol. (purn) prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH.,M.M.,Ph.D., D.Crim (HC) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Dr. Yayan Hendayana, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Joseph Martinio Jocien Renwarin, S.E.,MM dan Dr. Muhammad Richo Rianto,S.E.,MM, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh dosen dan staf di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan bantuan selama masa studi.

6. Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mami (Nining Yuningsih) dan Papi (Juaini) tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan, doa, dan semangat selama perjalanan ini. Terima kasih atas segala pengorbanan yang tidak pernah diminta kembali, atas doa-doa dalam diam yang selalu mengiringi langkah penulis, dan atas kasih sayang yang tak pernah habis meski tak selalu terucap. Kalian adalah alasan penulis terus berjuang, bahkan di saat-saat terlemah sekalipun. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk cinta dan kesabaran yang tak ternilai harganya.
7. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang tulus kepada adik perempuan tercinta, Risqi Agustina Puteri Ramdhani, yang selalu menjadi penghibur di tengah penat, teman bercerita di kala lelah, dan penyemangat dalam diam. Terima kasih atas tawa, perhatian sederhana, dan doa yang sering tak terdengar namun sangat berarti. Kehadiranmu menjadi penguat yang tak tergantikan dalam proses ini.
8. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada kekasih tercinta Darojatoen Andara, yang telah menjadi sosok penting dalam perjalanan ini. Terima kasih atas kesabaran yang luar biasa dalam mendampingi penulis melewati proses yang tidak selalu mudah. Di tengah tekanan, kegelisahan, bahkan kelelahan yang datang silih berganti, kehadiranmu selalu menjadi tempat berpulang yang tenang. Doa, dukungan, dan kata-kata sederhana darimu sering kali menjadi kekuatan besar yang membuat penulis kembali bangkit dan percaya diri. Terima kasih karena selalu percaya, bahkan ketika penulis mulai meragukan diri sendiri.

9. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ananda Sefita Wahyudi, Suci Maharani dan Syifa Fauziah, yang telah menjadi bagian penting dalam proses ini. Terima kasih atas kebersamaan yang tak ternilai, atas dukungan yang tak pernah putus, dan atas semangat yang saling kita bagi, terutama di saat-saat terberat. Kalian adalah saksi sekaligus pelaku dari perjuangan panjang ini dari begadang bersama, saling menguatkan ketika dilanda rasa ingin menyerah, hingga berbagi tawa di tengah tekanan yang datang silih berganti. Tanpa kehadiran kalian, perjalanan ini tentu akan terasa lebih sunyi dan berat. Terima kasih karena telah menjadi tempat berbagi keluh kesah, tempat bertukar pikiran, dan rekan seperjalanan yang penuh pengertian. Semoga kebersamaan ini tidak berhenti di titik akhir skripsi, tetapi menjadi awal dari hubungan baik yang terus terjaga dalam berbagai fase kehidupan selanjutnya.
10. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada Lady Huwaida Azzahra, Chindi Deviani Yesua dan Azzahra Aulia Nisa yang selalu menjadi tempat pulang saat butuh jeda dari segala tekanan akademik. Terima kasih atas tawa yang kalian hadirkan, atas obrolan ringan yang sering kali menjadi penyelamat dari stres dan kejenuhan, serta atas kebersamaan yang membuat hari-hari terasa lebih ringan. Kalian mungkin tidak terlibat langsung dalam proses penulisan skripsi ini, tapi kehadiran kalian sangat berarti bagi kesehatan mental penulis. Terima kasih sudah menjadi pengingat bahwa hidup tidak melulu tentang target dan tuntutan, tapi juga tentang menikmati proses, menjalani waktu bersama, dan tetap waras di tengah kesibukan.

11. Dan tidak lupa ingin mengucapkan terima kasih pada diri saya sendiri yaitu Risqina Puteri, yang telah melalui perjalanan panjang ini dengan segala perjuangan, air mata, dan pengorbanan. Terima kasih untuk keberanian yang dimiliki untuk terus melangkah, meski banyak kali merasa ragu. Terima kasih untuk kesabaran dalam menghadapi setiap hambatan dan tekanan yang datang, baik dari luar maupun dari dalam diri sendiri. Tidak mudah untuk terus maju dalam keadaan lelah, cemas, dan kadang merasa kehilangan arah, tetapi penulis terus berusaha untuk bertahan. Terima kasih untuk setiap detik yang dipenuhi rasa takut akan kegagalan, namun tetap memilih untuk tidak berhenti. Terima kasih telah mengingatkan diri sendiri untuk tetap fokus dan menjaga semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 17 Juni 2025

Risqina Puteri

DAFTAR ISI

ABSTRAK	V
ABSTRACT	VII
KATA PENGANTAR.....	IX
DAFTAR ISI	XIII
DAFTAR GAMBAR	XV
DAFTAR TABEL.....	XVI
DAFTAR LAMPIRAN	XVII
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Masalah	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Manfaat praktis	13
1.5 Sistematika Penulisan.....	13
BAB II.....	15
TELAAH PUSTAKA.....	15
2.1 Telaah Teoritis	15
2.1.1 Manajemen.....	15
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.3 Content Marketing	21
2.1.4 <i>Online customer review</i>	25
2.2 Telaah Empiris.....	32
2.6 Kerangka Konseptual	35
2.3 Hipotesis.....	35
2.3.1 Pengaruh Content marketing Dalam Meningkatkan Brand Awareness	35
2.3.2 Pengaruh online customer review dalam meningkatkan brand awareness	36
.....	36
METODE PENELITIAN.....	37

3.1 Desain Penelitian	37
3.2 Populasi dan Sampel	37
3.2.1 Populasi.....	37
3.2.2 Sampel	37
3.3.2 Data primer	38
3.3.2 Data sekunder	39
3.3 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukurannya	39
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.4.2 Skala Pengukuran	47
3.5 Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	47
3.5.1 Metode Analisis Data.....	47
3.5.2 Tahapan Analisis PLS	48
3.5.3 Evaluasi Model Struktural (Inner Model).....	49
3.6 Hipotesis Statistik.....	50
BAB IV	52
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	52
4.2 Deskripsi Data	52
4.3 Hasil Analisis Partial Least Square.....	55
4.3.1 Skema Model Partial Least Square.....	55
4.4 Pembahasan	69
BAB V.....	72
SIMPULAN DAN SARAN	72
5.1 Kesimpulan.....	72
5.2 Saran.....	73
5. 2.1 Saran manajerial	73
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya.....	75
DAFTAR PUSTAKA	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengguna Tiktok July 2024	5
Gambar 1. 2 Hasil Pra-Survey Pada Customer Nouglasses	9
Gambar 1.3 Hasil Pra-Survey Customer Nouglasses.....	10
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian	35
Gambar 4.1 Model PLS Algorithm	56
Gambar 4.2 Model PLS Boothstrapping.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Kompetitor	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel 4.1 Profil Umur Responden	53
Tabel 4.2 Profil Jenis Kelamin Responden	54
Tabel 4.3 Profil Pekerjaan Responden	54
Tabel 4.4 Profil Penggunaan Responden	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Convergent Validity	57
Tabel 4.6 Hasil Uji Convergent Validity	59
Tabel 4.7 Hasil Uji Convergent Validity	61
Tabel 4.8 Hasil Cross Loading	61
Tabel 4.9 Hasil Cronbach Alpha dan Composite Reliability	63
Tabel 4.10 Hasil R-Square (R ²)	66
Tabel 4.11 Hasil Q Square (Q)	66
Tabel 4.12 Hasil Patch Coefficient	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Uji Plagiarisme	82
Lampiran 2: Uji Referensi Skripsi	83
Lampiran 3 : Kuisisioner Penelitian	89
Lampiran 4 : Data Tabulasi Hasil Kuisisioner	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5 : Output Hasil Uji Smart PLS	102
Riwayat Hidup	

