

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *CELEBRITY ENDORSER*  
TERHADAP LOYALITAS PENGIKUT MADIUN NGEMIL DI KOTA  
MADIUN DENGAN *CONSUMER TRUST* SEBAGAI VARIABEL  
*INTERVENING***

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**ASTRIDA MARTA QURNAINI**

**NIM. 2003102262**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

**2024**

**PENGARUH CONTENT MARKETING DAN CELEBRITY ENDORSER  
TERHADAP LOYALITAS PENGIKUT MADIUN NGEMIL DI KOTA  
MADIUN DENGAN CONSUMER TRUST SEBAGAI VARIABEL  
INTERVENING**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Universitas PGRI Madiun Untuk Memenuhi Salah Satu  
Persyaratan Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata 1 Manajemen

**Oleh :**

**ASTRIDA MARTA QURNAINI**

**NIM. 2003102262**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PGRI MADIUN**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING**

Skripsi oleh Astrida Marta Qurnaini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji.

Madiun, 25 Juli 2024

Pembimbing I,



Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.  
NIDN. 0713058001

Madiun, 25 Juli 2024

Pembimbing II,



Indra Ayu Fatmala, S.E., M.M.  
NIDN. 0708129501

## LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI

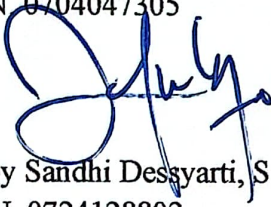
Skripsi oleh Astrida Marta Qurnaini ini telah dipertahankan di depan panitia penguji pada hari Jum'at tanggal 02 Agustus 2024.

Panitia Penguji,



Dr. Apriyanti, S.E., M.M.  
NIDN. 0704047305

Ketua



Robby Sandhi Dessyarti, S.E., M.M.  
NIDN. 0724128802

Sekretaris



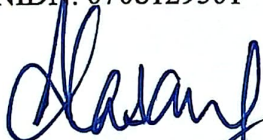
Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M.  
NIDN. 0713058001

Anggota



Indra Ayu Fatmala, S.E., M.M.  
NIDN. 0708129501

Anggota



Dr. Karuniawati Hasanah, S.E., M.M.  
NIDN. 0709118203

Anggota



Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., Ak., CA  
NIDN. 0727078603



Mendesahkan,  
Kaprodikol Manajemen

Dr. Apriyanti, S.E., M.M.  
NIDN. 0704047305

## **PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Astrida Marta Qurnaini

NIM : 2003102262

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Madiun, 24 Juli 2024  
Yang membuat pernyataan



Astrida Marta Qurnaini

NIM. 2003102262

## **MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN**

### **MOTTO :**

*“Orang lain gak akan paham struggle dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian succes storiesnya aja. Jadi berjuanglah untuk diri sendiri meskipun gak akan ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini.*

*Jadi tetap berjuang ya.”*

### **SKRIPSIKU INI KU PERSEMBAHKAN KEPADA :**

*“tiada lembar yang paling indah dalam penulisan laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dengan mengucapkan syukur atas Rahmat Allah SWT. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada orangtua tercinta, kakakku, keponakan, sahabat, dan teman-teman yang selalu memberi support untuk menyelesaikan skripsi ini”*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Content Marketing* Dan *Celebrity Endorser* Terhadap Loyalitas Pengikut Madiun Ngemil Di Kota Madiun Dengan *Consumer Trust* Sebagai Variabel *Intervening*”** dengan tepat waktu. Penulis sangat bersyukur atas terselesaikannya penyusunan skripsi ini guna memenuhi salah satu persyaratan kelulusan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

Penulis menyadari bahwa tanpa kerjasama dan bantuan dari pihak lain, penulisan skripsi ini tidak dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Bapak Dr. H. Supri Wahyudi Utomo, M.Pd. selaku Rektor Universitas PGRI Madiun.
2. Bapak Dr. Anggita Langgeng Wijaya, S.E., M.Si., A.k C.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.
3. Ibu Karuniawati Hasanah, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan 1 FEB Universitas PGRI Madiun.
4. Ibu Liliek Nur Sulistyowati, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan 2 FEB Universitas PGRI Madiun.
5. Ibu Dr. Apriyanti, S.E., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun.

6. Ibu Dian Citaningtyas Ari Kadi, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing 1 yang sudah bersedia untuk meluangkan waktu dengan memberi bimbingan, arahan, dan juga sabar menghadapi kekurangan yang penulis miliki selama penyusunan skripsi.
7. Ibu Indra Ayu Fatmala, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing 2 yang sudah bersedia untuk meluangkan waktu dengan memberi bimbingan, arahan, dan juga sabar menghadapi kekurangan yang penulis miliki selama penyusunan skripsi.
8. Kepada kedua orang tuaku, Bapak Darmo Daimin dan Ibu Sudarmi yang telah menjadi orang tua hebat. Terimakasih atas limpahan kasih sayang dan cinta yang tulus, doa yang tak pernah putus, memotivasi, nasehat dan pengorbanan yang diberikan membuat penulis selalu bersyukur, terimakasih telah menjadi tempatku untuk pulang.
9. Kepada kakak-kakak ku tersayang, terimakasih banyak atas dukungan dan motivasinya yang diberikan kepada penulis mampu menyelesaikan studinya.
10. Ketiga keponakanku. Munzha Aulia, Eza Nadhif, dan Elvaro. Terimakasih sudah menjadi mood booster untuk penulis dalam proses menempuh pendidikan selama ini.
11. Penghuni kos rainbow nomor 2 Putri, Qurratu, Afifah, Raras terima kasih telah kebersamai dan membantu proses dari awal perkuliahan hingga sat ini. Terimakasih atas segala bantuan, waktu, dan support yang diberikan selama ini. *See you on top guys.*



12. Teman-teman ku juga Mayra, Dinda, Nafika, Evita, Tiffany yang selalu membantu, memberikan semangat serta do'a baiknya.
13. Last but not least, kepada diri saya sendiri terima kasih banyak telah berjuang sejauh ini dan memilih untuk tidak menyerah dalam kondisi apapun, saya bangga pada diri saya sendiri.

Dalam menyusun penelitian ini penulis sadar bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kekurangan-kekurangan dari penelitian ini.

Madiun, 22 Juli 2024



Astrida Marta Qurnaini

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN PANITIA UJIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN KATA PERSEMBAHAN .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Batasan Masalah .....</b>	<b>12</b>
<b>C. Rumusan Masalah.....</b>	<b>13</b>
<b>D. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>E. Kegunaan Penelitian .....</b>	<b>14</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>16</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN .....</b>	<b>16</b>
<b>A. Kajian Teori.....</b>	<b>16</b>
1. Content Marketing.....	19
2. Celebrity Endorser.....	26
3. Consumer Trust .....	32
4. Loyalitas .....	35
<b>B. Penelitian yang Relevan.....</b>	<b>40</b>
<b>C. Kerangka Berpikir Penelitian.....</b>	<b>45</b>
<b>D. Hipotesis Penelitian.....</b>	<b>46</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>55</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
<b>A. Tempat dan Waktu Penelitian .....</b>	<b>55</b>
1. Tempat Penelitian.....	55

2. Waktu Penelitian .....	55
<b>B. Jadwal Penelitian .....</b>	<b>55</b>
<b>C. Desain Penelitian .....</b>	<b>56</b>
<b>D. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....</b>	<b>56</b>
1. Populasi .....	57
2. Sampel.....	57
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	58
<b>E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>59</b>
1. Variabel Penelitian .....	59
2. Definisi Operasional.....	59
<b>F. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>61</b>
1. Observasi .....	61
2. Kuesioner.....	61
<b>G. Instrumen Penelitian.....</b>	<b>61</b>
<b>H. Teknik Analisis Data.....</b>	<b>62</b>
1. Uji Statistik Deskriptif.....	62
2. <i>Partial Least Square (PLS)</i> .....	63
3. Pengujian Hipotesis ( <i>Bootstrapping</i> ) .....	67
<b>BAB IV .....</b>	<b>68</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
<b>A. Deskripsi Data Penelitian .....</b>	<b>68</b>
1. Karakteristik Responden Penelitian .....	68
<b>B. Hasil Analisis Data .....</b>	<b>78</b>
1. Model Pengukuran atau ( <i>Outer Model</i> ).....	78
2. Model Struktural atau ( <i>Inner Model</i> ) .....	83
3. Uji Hipotesis.....	86
<b>C. Pembahasan .....</b>	<b>90</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>103</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>103</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>103</b>
<b>B. Implikasi Penelitian .....</b>	<b>104</b>
<b>C. Saran .....</b>	<b>105</b>

<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>107</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>111</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3. 1 Jadwal Penelitian.....</b>	<b>55</b>
<b>Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 3. 3 Scoring Skala Likert .....</b>	<b>62</b>
<b>Tabel 4. 1 Berdasarkan Jenis Kelamin .....</b>	<b>68</b>
<b>Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabel 4. 3 Berdasarkan Pekerjaan .....</b>	<b>70</b>
<b>Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan.....</b>	<b>71</b>
<b>Tabel 4. 5 Deskripsi Variabel Content Marketing (X1) .....</b>	<b>73</b>
<b>Tabel 4. 6 Deskripsi Variabel Celebrity Endorser (X2) .....</b>	<b>74</b>
<b>Tabel 4. 7 Deskripsi Variabel Consumer Trust (Z) .....</b>	<b>76</b>
<b>Tabel 4. 8 Deskripsi Variabel Loyalitas (Y).....</b>	<b>77</b>
<b>Tabel 4. 9 Nilai Loading Factor dari Hasil Analisis Aplikasi SmartPLS3 ....</b>	<b>79</b>
<b>Tabel 4. 10 Nilai Avare Variance Extracted (AVE).....</b>	<b>80</b>
<b>Tabel 4. 11 Nilai Cross Loading dari Hasil Analisis Aplikasi SmartPLS3....</b>	<b>81</b>
<b>Tabel 4. 12 Nilai Cronbach Alpha dari Hasil Analisis Aplikasi SmartPLS3</b>	<b>82</b>
<b>Tabel 4. 13 Nilai R-Square dari Hasil Analisis Aplikasi SmartPLS4 .....</b>	<b>84</b>
<b>Tabel 4. 14 Hasil Uji Signifikansi .....</b>	<b>87</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia .....</b>	<b>1</b>
<b>Gambar 1. 2 Akun <i>Social Media</i> Madiun Ngemil .....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 1. 3 Perbandingan Akun Instagram <i>Content Creator</i> .....</b>	<b>6</b>
<b>Gambar 1. 4 Perbandingan Akun Instagram Konten Kreator Kuliner Yang Ada di Madiun.....</b>	<b>7</b>
<b>Gambar 1. 5 <i>Instagram</i> Madiun Ngemil .....</b>	<b>9</b>
<b>Gambar 1. 6 Theory of Planned Behavior .....</b>	<b>18</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian .....</b>	<b>46</b>
<b>Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....</b>	<b>56</b>
<b>Gambar 4. 1 Hasil Uji Outer Model.....</b>	<b>78</b>
<b>Gambar 4. 2 Model Bootstrapping SmartPLS3 .....</b>	<b>87</b>