

**PENGARUH ENDORSEMENT DAN DAYA TARIK CONTENT
MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT
PADA MEDIA SOSIAL MOJADIAPP TAHUN 2024**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana

Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie



FITRIYANI

1231911009

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Fitriyani

Nim :1231911009

Tanda Tangan:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fitriyani', with a small dot at the end.

Tanggal : 25 September 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fitriyani

NIM : 1231911009

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengaruh Endorsement Dan Daya Tarik Conten Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Media Sosial Mojadiapp Tahun 2024

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD



Muchsin

Penguji 1 : Prof. M. Taufiq Amir, SE., MM., Ph.D



Taufiq

Penguji 2 : Dominica A. Widyastuti, SE.MM



Dominica

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 26 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan Rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “*Pengaruh Endorsement Dan Daya Tarik Konten Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Media Sosial Mojadiapp Tahun 2024*” dengan baik serta tepat waktu. Selain itu, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna dan maka dari itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun baik untuk peneliti maupun pembaca.

Penyusunan skripsi ini merupakan sebuah hal yang sangat baru dan tidak akan bisa berjalan lancar tanpa adanya dukungan dan bantuan dari beberapa pihak. Makadari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Peneliti ucapkan puji dan Syukur penulis panjatkan sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan nikmat sehat jasmani dan rohani kepada peneliti sehingga peneliti bisa menyusun tugas akhir ini dengan lancar.

2. Orang Tua dan Keluarga

Terimakasih kepada Papa, Mama yang selalu memberikan dukungan serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini, terima kasih sudah mendoakan peneliti agar dipermudah dalam menyusun skripsi.

3. Bapak Muchsin Saggaff Shihab, SE., MSc., MBA., PhD

Saya sampaikan terima kasih kepada Bapak Muchsin selaku dosen pembimbing peneliti yang selalu meluangkan waktu dan membantu peneliti selama menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, Bapak Muchsin juga memberikan kritikan dan saran yang membangun selama penyusunan hingga akhir penulisan skripsi ini.

4. Ibu Dominica A. Widyastuti, SE. MM

Terima kasih kepada Ibu Dominica selaku dosen penguji sejak seminar proposal hingga sidang tugas akhir yang telah membantu dan memudahkan dalam proses penyelesaian skripsi ini. Pada penyelesaian skripsi ini tidak lepas kritikan dan saran yang membangun sehingga peneliti mendapatkan *insight* baru.

5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Bakrie

Terima kasih saya ucapkan kepada seluruh dosen dan staff Universitas Bakrie yang telah memberikan banyak ilmu dan memberikan pelajaran secara akademik maupun non-akademik yang sangat bermanfaat bagi peneliti.

6. Mba Dewi dan Pihak Mojadiapp

Terima kasih kepada Mba Dewi yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian yang berkaitan dengan Mojadiapp dan memberikan dukungan hingga motivasi kepada peneliti dalam menyusun skripsi ini.

7. Sahabat Penulis

Terima kasih kepada Mutiara Faizi, Bazliah Lathifah, Zulfa Dewi, Intan Purwanti, Shovi Nur Zakkiyah, Gebyta Tarigan, Qaulan Syadida, Adilla Hurryanti, Nurul Rahmawati, Isra Herfiani Putri, Chantika Chandra, dan Danti untuk semua dukungan, dorongan dan canda tawa yang tidak bisa dibayarkan dengan apapun. Lalu, tanpa kalian dan bantuan kalian supaya peneliti tidak mudah menyerah yang membuat peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini. Tapi berjalan waktu dan didewasakan dengan semua tanggung jawab semoga kelak kita bisa membanggakan bagi keluarga, negara dan alam semesta. Sekali lagi terima kasih meskipun kata terima kasih ini tidak bisa membalas semua hal berkesan yang ada selama kita kenal.

8. Teman Seperjuangan

Terima kasih kepada teman seperjuangan yang sudah memberikan dukungan, motivasi, dan mampu berjuang hingga saat ini. Semoga kita bisa berkembang menjadi kepribadian yang lebih baik lagi dan bisa berkumpul kembali saat sudah sukses nantinya.

9. Jodoh Penulis

Kelak kamu adalah termasuk salah satu alasan penulis menyelesaikan skripsi ini, meskipun saat ini penulis tidak tahu keberadaan yang entah di bumi bagian mana dan menggenggam tangan siapa atau bahkan kita tidak di pertemukan di dunia ini yang pasti siapapun kamu nantinya itu sudah menjadi pilihan terbaik dari Allah buat saya nantinya. Seperti kata B.J. Habibie *“Kalau memang dia dilahirkan untuk saya, kamu jungkir balik pun saya yang dapat”*.

10. Fitriyani Septamiranti

Terakhir tetapi bukan berakhir, peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada diriku sendiri yang mau percaya, tidak menyerah dan mau untuk bekerja keras untuk menyelesaikan skripsi ini, meskipun banyak tantangan dan hal-hal yang membuat untuk menghambat tapi sampai di titik ini. Penulis ingin menyampaikan bahwa aku sudah berusaha kepada diriku untuk menjadi lebih baik. Terima kasih banyak untuk Fitriyani Septamiranti

Demikian ungkapan terima kasih yang peneliti berikan kepada semua pihak yang telah membantu selama penyusunan skripsi ini. Semoga penelitian ini bisa memberikan manfaat baik secara teoritis dan praktis.

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fitriyani
NIM : 1231911009
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie. **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Pengaruh Endorsement Dan Daya Tarik Konten Marketing Terhadap Customer Engagement Pada Media Sosial Mojadiapp Tahun 2024”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 25 September 2024

Yang menyatakan



(Fitriyani)

**Pengaruh Endorsement Dan Daya Tarik Konten Marketing
Terhadap Customer Engagement Pada
Media Sosial Mojadiapp Tahun 2024**

Fitriyani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh *Endorsement* dan *Content Marketing* terhadap *Customer engagement* pada media sosial Instagram MojadiApp secara parsial maupun simultan. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel menggunakan teknik *probability sampling* dengan sampel acak dari anggota populasi sebagai sampel penelitian. Teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner online. Teknik analisis data menggunakan Analisis Regresi linier Berganda dengan menggunakan program SPSS versi 26. Dari hasil pengolahan data didapatkan perolehan hasil persamaan regresi berganda $Y = 1.601 + 0.456 X_1 + 0.289 X_2$. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Endorsement* dan *Content Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Customer engagement* baik secara parsial maupun simultan. Besaran persentase pengaruh secara keseluruhan menggunakan uji koefisien determinasi sebesar 69.6% dan sisanya 30.4% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Kata Kunci: *Endorsement, Content Marketing, Customer Engagement*

**The Influence of Endorsements and Content Marketing Against
Customer Engagement in the
Media Mojadiapp Social in 2024**

Fitriyani

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Endorsement and Content Marketing on Customer engagement on MojadiApp Instagram social media partially and simultaneously. The research method used is a descriptive research method with a quantitative approach. Sampling using probability sampling techniques with random samples from population members as research samples. Data collection techniques through the distribution of online questionnaires. Data analysis techniques using Multiple Linear Regression Analysis using the SPSS version 26 program. From the results of data processing, the results of the multiple regression equation $Y = 1.601 + 0.456 X_1 + 0.289 X_2$ were obtained. Based on the results of the study, it shows that Endorsement and Content Marketing have a positive and significant effect on Customer engagement both partially and simultaneously. The percentage of overall influence using the determination coefficient test is 69.6% and the remaining 30.4% is influenced by other factors not studied by the researcher.

Keyword: Endorsement, Content Marketing, Customer Engagement

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIR DAN HIPOTESIS	8
2.1 Konsep yang Relevan	8
2.1.1 Endorsement	8
2.1.2 Daya Tarik Konten.....	9
2.1.3 Customer Engagement.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Model Kerangka Pemikiran.....	16
2.3.1 Hubungan Antar Variabel	17
2.3.2 Kerangka Pikir	18
2.4 Hipotesis.....	18
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	19
3.1 Desain dan Pendekatan.....	19

3.2 Populasi dan Sampel	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel	19
3.2.2 Teknik Sampling	20
3.3 Pengumpulan Data dan Pengukuran.....	20
3.3.1 Sumber Data	20
3.4 Teknik Pengukuran	21
3.5 Uji Keabsahan Data.....	21
3.5.1 Uji Validitas	21
3.5.2 Uji Reliabilitas	22
3.6 Teknik Analisis Data.....	23
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	23
3.6.2 Regresi Linear Berganda.....	24
3.6.3 Uji F	24
3.6.4 Uji t	25
3.6.5 Uji R <i>Square</i>	25
3.7 Uji Hipotesis.....	26
3.8 Operasional Variabel	26
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	29
4.1 Hasil Penelitain	29
4.1.1 Deskripsi Data.....	29
4.1.2 Pengujian Hipotesis.....	31
4.1.3 Pembahasan.....	40
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	47
Kesimpulan.....	47
Saran.....	47
DAFTAR PUSTAKA.....	48
LAMPIRAN.....	50

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Pemikiran	18
Tabel 3. 1 Tabel Uji Reliabilitas	23
Tabel 3. 2 Operasional Konsep.....	27
Tabel 4. 1 Latar Belakang Responden.....	30
Tabel 4. 2 Uji Validitas 30 Responden	31
Tabel 4. 3 Uji Validitas	32
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas 30 Responden.....	34
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas.....	34
Tabel 4. 6 Uji Normalitas Data X1 dan X2 Terhadap Y	35
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinearitas	36
Tabel 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
Tabel 4. 9 Hasil Uji t Parsial.....	37
Tabel 4. 10 Hasil Uji F Simultan	38
Tabel 4. 11 Hasil Uji R Square	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Konten Tips UTBK.....	2
Gambar 1. 2 Konten Kutipan Kata – Kata.....	3
Gambar 1. 3 Konten Seminar	4

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	50
Lampiran 2 Hasil Jawaban Endorsement	60
Lampiran 3 Hasil Jawaban Content Marketing	63
Lampiran 4 Hasil Jawaban Customer Engagement	69
Lampiran 5 Tabel Distribusi Durbin Watson	72