

**ANALISIS STATISTIK DESKRIPSIF *CONTENT MARKETING*
FLUR SHOP AND COFFEE TERHADAP *CUSTOMER*
RETENTION
(STUDI KASUS FLUR SHOP AND COFFEE DI INSTAGRAM)**

TUGAS AKHIR



**Disusun oleh:
KRISTINE THERESIA
1191003116**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
2023**

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 : Kristine Theresia

NIM : 1191003116

Tanda Tangan :



Tanggal : 29 Agustus 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

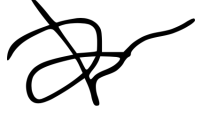
Nama : Kristine Theresia
Nim : 1191003116
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Statistik Deskriptif Content Marketing Flur Shop and Coffee terhadap Customer Retention (Studi Kasus Flur Shop and Coffee di Instagram).

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing: Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. ()

Penguji 1: Eli Jamilah Mihardja, Ph. D ()

Penguji 2: Alifia Firliani, S.Ikom., M.A. (HCM) ()

Ditetapkan di: Universitas Bakrie, Jakarta.

Tanggal 29 Agustus 2025

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan tugas akhir dengan judul ‘**Analisis Statistik Deskriptif Content Marketing Flur Shop and Coffee terhadap Customer Retention (Studi Kasus pada Followers Flur Shop and Coffee di Instagram)**’ dengan tepat pada waktunya.

Tujuan penulisan tugas akhir ini merupakan salah satu syarat untuk menempuh gelar sarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, sejak awal perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. **Tuhan Yang Maha Esa**

Puji serta syukur selalu penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa dengan segala berkat dan penyertaan-Nya, sehingga penulis selalu diberikan kemudahan, kelancaran, kekuatan serta kesehatan fisik dan batin dalam segala hal yang berkaitan dengan penulisan laporan tugas akhir ini.

2. **Orang Tua dan Keluarga**

Terima kasih penulis sampaikan kepada orang tua tercinta, Ayah Yan Robert Kiriho dan Mama Dida Jamaliah, serta kakak-kakak Geraldo Stevano Kiriho, Yuditha Utha Agusta Kiriho, Dea Claodya Kiriho, dan adik-adik Cio, Tobby, serta Mayom, atas kasih sayang, doa, semangat, dan dukungan yang tiada henti sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

3. **Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.**

Terima kasih penulis ucapkan kepada Ibu. Annisa Fitriana Lestari selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar dan menyediakan waktu untuk memberikan arahan dan masukan sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan baik.

4. Para Dosen Penguji:

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ph.D. dan Ibu Alifia Firliani, S.I.Kom., M.A. (HCM) atas waktu, perhatian, serta kritik dan saran yang penuh makna, yang tidak hanya menyempurnakan skripsi ini, tetapi juga memberikan pelajaran berharga bagi penulis dalam proses akademik maupun pribadi.

5. Pemilik Flur Shop and Coffee

Penulis Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Kak Fatur, selaku Owner Flur Shop and Coffee, atas izin, dukungan, dan kerja sama yang telah membantu kelancaran pengambilan data dalam penelitian ini. Semoga Flur Shop and Coffee senantiasa berkembang dan sukses.

6. Para Teman

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Dyandra Loveina Corolyne atas ketulusan, kesabaran, serta bantuan laptop yang diberikan, serta kepada Felia Gustiana, Jeremia, Rei Michelle Ryuba, Zenitha, Dea Ananda, Iqbal Neova, Intan Mei Zahara, Nadiyah Hafishah, Irvina, Jellian, dan Rafida Maulidia atas semangat, kebersamaan, dan saran berharga selama penyusunan skripsi ini.

7. Teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2019

Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2019 atas dukungan yang diberikan sejak awal perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Penulis menyadari laporan ini masih memiliki kekurangan, namun semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 29 Agustus 2025



Kristine Theresia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Kristine Theresia

NIM : 1191003116

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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 yang ilmiah saya yang berjudul:

ANALISIS STATISTIK DESKRIPSIF *CONTENT MARKETING* FLUR SHOP AND COFFEE TERHADAP *CUSTOMER RETENTION* (STUDI KASUS FLUR SHOP AND COFFEE DI INSTAGRAM)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 29 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Kristine Theresia

**ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF CONTENT
MARKETING FLUR SHOP AND COFFEE TERHADAP
CUSTOMER RETENTION (STUDI KASUS FLUR FLUR
SHOP AND COFFEE DI INSTAGRAM)**

Kristine Theresia

ABSTRAK

Transformasi digital telah mendorong pelaku bisnis untuk memperkuat keterlibatan dengan pelanggan, salah satunya melalui *content marketing* di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana strategi *content marketing* yang diterapkan oleh Flur Shop and Coffee melalui platform Instagram berpengaruh terhadap *customer retention*. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kuantitatif dengan teknik survei terhadap followers Instagram Flur Shop and Coffee. Penelitian ini menggambarkan persepsi pengikut terhadap konten yang disajikan serta kecenderungan mereka dalam mempertahankan loyalitas terhadap merek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten yang menarik, informatif, dan konsisten yang dipublikasikan melalui fitur Instagram seperti *feeds* dan *story* berkontribusi pada terbentuknya loyalitas pelanggan. Kesimpulan dari studi ini menekankan pentingnya penerapan *content marketing* yang tepat untuk meningkatkan keterlibatan dan retensi pelanggan. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi Flur Shop and Coffee dan pelaku industri sejenis dalam merancang strategi pemasaran digital yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: *Content Marketing*, Instagram, *Customer Retention*, Pemasaran Digital, Loyalitas Pelanggan

DESCRIPTIVE STATISTICAL ANALYSIS OF FLUR SHOP AND COFFEE'S CONTENT MARKETING ON CUSTOMER RETENTION (A CASE STUDY OF FLUR SHOP AND COFFEE ON INSTAGRAM)

Kristine Theresia

ABSTRACT

Digital transformation has encouraged businesses to strengthen customer engagement, one of which is through content marketing on social media. This study aims to analyze how the content marketing strategies implemented by Flur Shop and Coffee via the Instagram platform influence customer retention. The research employed a descriptive quantitative approach using a survey technique targeting the followers of Flur Shop and Coffee's Instagram account. The study illustrates followers' perceptions of the presented content and their tendencies to maintain brand loyalty. The results indicate that engaging, informative, and consistent content published through Instagram features, such as feeds and stories, contributes to the formation of customer loyalty. The conclusion of this study highlights the importance of implementing appropriate content marketing strategies to enhance engagement and customer retention. These findings provide practical implications for Flur Shop and Coffee and similar industry players in designing more effective and sustainable digital marketing strategies.

Keyword: *Content Marketing, Instagram, Customer Retention, Digital Marketing, Customer Loyalty*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktisi	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Teori yang Relevan	11
2.1.1. Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2. Content Marketing	11
2.1.3. Customer Retention	14
2.1.4. Media Sosial	14
2.1.5. Instagram	17
2.2. Penelitian Sebelumnya	19
2.3. Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI	29
3.1. Desain Pendekatan	29
3.2. Populasi dan Sampel	29
3.2.1. Populasi	29

3.2.2. Sampel	30
3.2.3. Teknik Sampling	31
3.3. Teknik Pengumpulan Data	32
3.3.1. Data Primer	32
3.3.2. Data Sekunder	33
3.4. Teknik Pengukuran	34
3.5. Teknik Analisis Data	35
3.5.1. Analisis Deskriptif	35
3.5.2. Tabulasi Data Frekuensi	36
3.5.3. Tabulasi Tabulasi Silang	36
3.5.4. Teknik Keabsahan Data	37
3.5.4.1. Uji Validitas	37
3.5.4.2. Uji Reliabilitas	39
3.5.5. Definisi dan Operasionalisasi Variabel	40
3.5.5.1. Definisi Variabel	40
3.5.5.2. Operasionalisasi Variabel	41
3.6. Uji Coba Keabsahan Data	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
4.1. Gambaran Konteks Penelitian	54
4.2. Penyajian Data	55
4.2.1. Hasil Uji Keabsahan Data	55
4.2.2. Karakteristik Responden	59
4.2.3. Tabulasi Data Frekuensi	63
4.2.3.1. Analisis Deskriptif Variabel Content Marketing	63
4.2.3.2. Dimensi Customer Retention	77
4.2.4. Tabulasi Silang	86
4.3. Pembahasan	92
4.3.1. Gambaran Content Marketing oleh Followers Instagram Flur Shop and Coffee	92
4.3.2. Gambaran Consumer Retention oleh Followers Instagram Flur Shop and Coffee	93
4.3.3. Kontribusi Content Marketing Terhadap Customer Retention	95

4.3.4. Faktor Lain di Luar Penelitian	96
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	99
5.1. Kesimpulan	99
5.2. Kendala dari Keterbatasan	100
5.3. Saran dan Implikasi	100
5.3.1. Saran Penelitian Berikutnya	100
5.3.2. Saran Untuk Lembaga	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	113

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Instagram Indonesia	4
Gambar 1.2 Instagram Flur Shop and Coffee	5
Gambar 1.3 Instagram Flur Shop and Coffee	6
Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1. Tabel Diagram Dimensi Content Marketing	64
Gambar 4.2. Tabel Diagram Dimensi Reader Cognition	67
Gambar 4.3. Tabel Diagram Dimensi Sharing Motivation	70
Gambar 4.4. Tabel Diagram Dimensi Sharing Motivation.....	72
Gambar 4.5. Tabel Diagram Dimensi Decision Making	75
Gambar 4.6. Tabel Diagram Dimensi Life Factors	77
Gambar 4.7. Tabel Diagram Dimensi Customer Retention	79
Gambar 4.8. Tabel Diagram Dimensi Behavioral Measurement	81
Gambar 4.9. Tabel Diagram Dimensi Attitudinal Measurement	83
Gambar 4.10. Tabel Diagram Dimensi Composite Measure.....	85
Gambar 4.11. Hasil Uji <i>Crosstabulation</i>	86

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Perhitungan Angket Penelitian	110
Lampiran 2. Pertanyaan Kuesioner	113
Lampiran 3. Hasil Perhitungan SPSS	117
Lampiran 4. Bukti Wawancara Responden	133