

**PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *BRAND AWARENESS* DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK
BATIK PUSPITA**

(Studi Pada Generasi Z Di Pacitan)

SKRIPSI



Oleh:

DHEA FITRI PUSPITAYANI

NPM 22042010045

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

**PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *BRAND AWARENESS* DI MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK**

**BATIK PUSPITA
(Studi Pada Generasi Z Di Pacitan)**

SKRIPSI



Oleh:

DHEA FITRI PUSPITAYANI

NPM 22042010045

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *BRAND AWARENESS*
DIMEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI
PRODUK BATIK PUSPITA
(Studi Pada Generasi Z Di Pacitan)**

Disusun Oleh:

Dhea Fitri Puspitavani
NPM. 22042010045

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

**Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA**


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

**Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK**


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *BRAND AWARENESS*
DIMEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI
PRODUK BATIK PUSPITA
(Studi Pada Generasi Z Di Pacitan)**

Disusun Oleh:

Dhea Fitri Puspitayani
NPM. 22042010045

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 7 Juli 2026

Menyetujui,
PEMBIMBING UTAMA


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

TIM PENGUJI

1. Ketua


Dr. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

2. Sekretaris


Dr. Dyah Widowati, S.H., M.M
NIP. 196908141993032001

3. Anggota


Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB
NIP. 199312072022032015

Mengetahui,
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Dhea Fitri Puspitayani
NPM	: 22042010045
Program	: Sarjana (S1)
Program Studi	: Administrasi Bisnis
Fakultas	: Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas-Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi/Tesis/Disertasi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juli 2026
Yang Membuat pernyataan



Dhea Fitri Puspitayani
NPM. 22042010045

ABSTRAK

DHEA FITRI PUSPITAYANI, 22042010045, PENGARUH KUALITAS KONTEN DAN *BRAND AWARENESS* DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI PRODUK BATIK PUSPITA (Studi Pada Generasi Z di Pacitan)

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah strategi komunikasi pemasaran dari metode konvensional menjadi pemasaran berbasis digital melalui media sosial. Instagram menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan oleh pelaku bisnis untuk mempromosikan produk dan membangun hubungan dengan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas konten dan *brand awareness* terhadap minat beli produk Batik Puspita pada Generasi Z di Kabupaten Pacitan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan kausal. Sampel penelitian terdiri dari 156 responden Generasi Z yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas konten dan kesadaran merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, dengan nilai F sebesar 325,404 dan tingkat signifikansi di bawah 0,001. Secara parsial, kualitas konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,625 dan nilai t sebesar 10,184. Kesadaran merek juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,360 dan nilai t sebesar 5,239. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,810 menunjukkan bahwa kualitas konten dan kesadaran merek mampu menjelaskan sebesar 81% variasi pada minat beli. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas konten dan penguatan kesadaran merek melalui Instagram dapat secara signifikan meningkatkan minat beli Generasi Z terhadap produk Batik Puspita.

Kata kunci: Kualitas Konten, Brand Awareness, Minat Beli, Instagram, Generasi Z.

ABSTRACT

DHEA FITRI PUSPITAYANI, 22042010045, THE INFLUENCE OF CONTENT QUALITY AND BRAND AWARENESS ON INSTAGRAM TOWARD PURCHASE INTENTION FOR BATIK PUSPITA PRODUCT (A Study of Generation Z in Pacitan)

The rapid advancement of digital technology has significantly transformed marketing communication strategies from conventional methods to digital marketing through social media platforms. Among these platforms, Instagram has emerged as one of the most effective channels for businesses to promote products and foster relationships with consumers. This study aims to examine the effects of content quality and brand awareness on the purchase intention of Batik Puspita products among Generation Z in Pacitan Regency. A quantitative research approach with a causal design was employed in this study. The research sample consisted of 156 Generation Z respondents selected using a purposive sampling technique. Data were collected through a structured questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis.

The results reveal that content quality and brand awareness simultaneously exert a positive and statistically significant influence on purchase intention, as indicated by an F-value of 325.404 with a significance level of less than 0.001. Individually, content quality demonstrates a positive and significant effect on purchase intention, with a regression coefficient of 0.625 and a t-value of 10.184. Similarly, brand awareness has a positive and significant effect on purchase intention, with a regression coefficient of 0.360 and a t-value of 5.239. Furthermore, the coefficient of determination (R^2) of 0.810 indicates that 81% of the variance in purchase intention can be explained by content quality and brand awareness. These findings suggest that enhancing the quality of Instagram content and strengthening brand awareness can effectively increase Generation Z's purchase intention toward Batik Puspita products.

Keywords: Content Quality, Brand Awareness, Purchase Intention, Instagram, Generation Z

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Allah SWT, yang ada telah memberikan berkat, rahmat dan hidayat-Nya kepada kita semua penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Konten dan *Brand Awareness* di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Produk Batik Puspita (Studi Pada Generasi Z di Pacitan)”** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam menyusun skripsi masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan, baik dari materi maupun penyajiannya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan dengan lancar tanpa adanya dukungan serta bantuan dari berbagai pihak, maka penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada Ibu Sumainah Fauziah, S.AB., M.AB, selaku dosen pembimbing yang telah menyempatkan waktunya untuk membimbing, mendukung dan memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga berterima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Bapak dan Ibu Dosen Prodi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
4. Teruntuk Bapak dan Ibu tercinta, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala pengorbanan, kesabaran, dan ketulusan yang telah diberikan selama ini. Terima kasih telah menjadi sumber kekuatan dalam setiap perjalanan, serta selalu berusaha memberikan pendidikan terbaik bagi penulis. Meskipun Bapak dan Ibu belum pernah memiliki kesempatan untuk merasakan bangku perkuliahan hingga jenjang sarjana, hal tersebut tidak pernah menjadi penghalang untuk memperjuangkan pendidikan penulis. Melalui kerja keras, doa yang tidak pernah terputus, serta pengorbanan yang sering kali tidak terlihat, Bapak dan Ibu telah memberikan kesempatan yang begitu berharga bagi penulis untuk menempuh pendidikan hingga tahap ini. Setiap lelah yang disembunyikan, setiap keinginan yang dikorbankan demi kebutuhan penulis, serta setiap doa yang dipanjatkan menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari perjalanan ini. Bapak dan Ibu mengajarkan bahwa pendidikan bukan hanya tentang memperoleh gelar, tetapi juga tentang perjuangan, ketekunan, dan harapan untuk menciptakan kehidupan yang lebih baik. Terima kasih telah memperjuangkan masa depan penulis, meskipun kesempatan untuk merasakan pendidikan tinggi belum pernah dimiliki. Semoga Allah SWT

senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan, umur panjang, serta keberkahan kepada Bapak dan Ibu.

5. Teruntuk kakak dan mbak tersayang, penulis juga mengucapkan terima kasih atas segala dukungan, perhatian, dan kasih sayang yang telah diberikan selama perjalanan ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, memberikan semangat ketika penulis merasa lelah, serta menjadi sosok yang selalu percaya bahwa penulis mampu menyelesaikan setiap proses yang dijalani. Kehadiran kakak dan mbak menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis. Dukungan yang diberikan, baik melalui hal-hal kecil maupun besar, telah menjadi penguat di setiap langkah hingga penulis dapat mencapai titik ini. Terima kasih telah menjadi keluarga yang selalu hadir, memahami, dan memberikan motivasi tanpa pernah meminta balasan. Semoga keberhasilan ini juga menjadi kebahagiaan bagi kakak dan mbak, sebagaimana kebahagiaan yang penulis rasakan atas segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan.
6. Teruntuk Aghisyna, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala waktu, perhatian, dan kebersamaan yang telah diberikan. Terima kasih telah menemani penulis sejak awal masa perkuliahan hingga sampai pada tahap ini, melewati berbagai cerita, tantangan, dan proses panjang yang penuh perjuangan. Terima kasih telah menjadi sosok yang selalu hadir, memberikan dukungan, mendengarkan setiap cerita, serta menjadi bagian berharga dalam perjalanan penulis selama menempuh pendidikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih karena

telah memperkenalkan penulis kepada keluarga dengan sambutan yang begitu hangat dan tulus. Terima kasih telah memberikan penulis kesempatan untuk mengenal dan merasakan kehadiran sebuah keluarga baru yang penuh kehangatan, perhatian, dan kasih sayang. Setiap kebaikan, kepedulian, dan kebersamaan yang telah diberikan akan selalu menjadi kenangan berharga bagi penulis. Semoga segala ketulusan yang diberikan mendapatkan balasan terbaik, dan semoga hubungan baik ini senantiasa terjaga dalam setiap perjalanan kehidupan.

7. Teruntuk Fira, Shella, Meisha, dan Safira, penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan yang telah terjalin selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menemani penulis dalam menjalani berbagai proses, mulai dari hari-hari perkuliahan, mengerjakan tugas, mempersiapkan ujian, hingga saling memberikan dukungan selama penyusunan karya ini. Terima kasih atas setiap cerita, tawa, bantuan, dan semangat yang telah diberikan. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi keluh kesah, saling menguatkan di tengah kesibukan, serta menciptakan begitu banyak kenangan yang akan selalu penulis ingat. Kehadiran kalian membuat perjalanan perkuliahan terasa lebih ringan dan menyenangkan. Semoga kita semua senantiasa diberikan kesehatan, kemudahan dalam setiap langkah, serta kesempatan untuk terus bertumbuh dan meraih impian masing-masing. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang begitu berarti bagi penulis

8. Teman-teman mahasiswa Administrasi Bisnis UPN “Veteran” Jawa Timur Angkatan 2022. Terima kasih atas doa, dukungan dan *support* untuk penulis menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini berdasarkan pengalaman pribadi demi keberhasilan penelitian.

Surabaya, 10 Juli 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iii
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
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	12
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Secara Teoritis	13
1.4.2 Secara Praktis	13
BAB II LANDASAN TEORI	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Perilaku Konsumen	20
2.2.2 Kualitas Konten	23
2.2.3 <i>Brand Awareness</i> atau Kesadaran Merek.....	27
2.2.4 Minat Beli	34
2.3 Hubungan Antar Variabel	39
2.3.1 Hubungan Kualitas Konten dengan Minat Beli.....	39
2.3.2 Hubungan <i>Brand Awareness</i> dengan Minat Beli	41
2.4 Kerangka Berpikir	43
2.5 Hipotesis	45
BAB III METODE PENELITIAN	46

3.1 Jenis Penelitian	46
3.2 Lokasi Penelitian	47
3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	47
3.3.1 Definisi Operasional	47
3.3.2 Pengukuran Variabel	58
3.4 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	59
3.4.1 Populasi	60
3.4.2 Sampel	62
3.4.3 Teknik Penarikan Sampel	64
3.5 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	66
3.5.1 Jenis Data	67
3.5.2 Teknik Pengumpulan Data	68
3.6 Teknik Analisa Data	69
3.6.1 Uji Instrumen	69
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	71
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	74
3.6.4 Pengujian Hipotesis	76
3.7 Jadwal Penelitian	80
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAAN	82
4.1 Gambaran Objek Penelitian dan Penyajian Data	82
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	82
4.1.2 Penyajian Data	86
4.2 Analisis Deskriptif Variabel	91
4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Konten (X1)	92
4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness (X2)	95
4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli (Y)	98
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	100
4.3.1 Hasil Uji Instrumen	101
4.3.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	105
4.3.3 Hasil Uji Statistik	111
4.3.4 Hasil Uji Hipotesis	113

4.4 Pembahasan	119
4.4.1 Pengaruh Kualitas Konten dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli batik Puspita pada Generasi Z	119
4.4.2 Pengaruh Kualitas Konten terhadap Minat Beli Batik pada Generasi Z	121
4.4.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Minat Beli Batik Puspita pada Generasi Z	123
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	126
5.1 Kesimpulan	126
5.2 Saran	127
DAFTAR PUSTAKA.....	129
LAMPIRAN	134

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Distribusi Pengguna Instagram Tahun 2020-2025	3
Gambar 1.2 Distribusi Pengguna Instagram Berdasarkan Generasi Tahun 2025	4
Gambar 1.3 Produk Batik Puspita	9
Gambar 1.4 Akun Instagram Batik Puspita	11
Gambar 2.1 Dimensions of Brand Awareness	30
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	45
Gambar 3.1 Bentuk Persamaan Regresi Linear Berganda	75
Gambar 3.2 Uji t	77
Gambar 3.3 Uji t	79
Gambar 4.1 Logo Batik Puspita	85
Gambar 4.3.2.1 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov Smirnov	106
Gambar 4.3.2.2 Grafik P Plot	107
Gambar 4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	110
Gambar 4.3.2.1 Analisis Regresi Linier Berganda	112
Gambar 4.3.4.2 Grafik Uji f	115
Gambar 4.3.4.1 Grafik Uji t Variabel X1	116
Gambar 4.3.4.2 Grafik Uji t Variabel X1	117

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan UMKM Batik di Kabupaten Pacitan Berdasarkan Tahun Berdiri	10
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	17
Tabel 3.1 Definisi Operasional	53
Tabel 3.2 Skala Likert	59
Tabel 3.3 Presentase Penduduk Usia 15 Tahun Ke Atas	61
Tabel 3.4 Jadwal Pelaksanaan Kegiatan Penelitian	81
Tabel 4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	87
Tabel 4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	88
Tabel 4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	89
Tabel 4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah Melihat Konten	90
Tabel 4.2 Tabel Kategori Rata-Rata Jawaban Responden	91
Tabel 4.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Konten	92
Tabel 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness	95
Tabel 4.2.3 Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli	98
Tabel 4.3.1.1 Hasil Uji Validitas	102
Tabel 4.3.1.2 Hasil Uji Reliabilitas	104
Tabel 4.3.2.2 Hasil Uji Multikolinearitas	108
Tabel 4.3.2.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	110
Tabel 4.3.3.1 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	111
Tabel 4.3.4.2 Hasil Uji f	114
Tabel 4.3.4.1 Hasil Uji t	116
Tabel 4.3.4.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	118

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	134
Lampiran 2	138
Lampiran 3	141
Lampiran 4	144
Lampiran 5	148
Lampiran 6	150
Lampiran 7	152
Lampiran 8	155
Lampiran 9	158
Lampiran 10	160
Lampiran 11	160