

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* MELALUI *YOUTUBE*,  
*RISK PERCEPTION*, DAN *CONSUMER TRUST* TERHADAP  
*PURCHASE INTENTION* (STUDI KASUS PADA BENIH  
BAWANG MERAH VARIETAS TAJUK (THAILAND  
NGANJUK))**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



**OLEH :**

**DANDY YULIANSYAH**

**NPM : 18419470**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS KADIRI  
KEDIRI  
2022**

## PENGESAHAN

Dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri dan diterima untuk memenuhi  
salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen  
Pada Tanggal 23 April 2022

Mengesahkan  
Universitas Kadiri  
Fakultas Ekonomi

Dekan,



Tim Penguji :

1. Dr. Nur Laely, MM. :  
NIDN:0718026001
2. Desi Kristanti, SE, MM. :  
NIDN:0704038203
3. Drs. Gandung Satriyono, ST, MM. :  
NIDN:0717126302

## **RIWAYAT HIDUP**

Nama : Dandy Yuliansyah

Tempat, Tanggal Lahir : Nganjuk, 7 Juli 1998

Jenis Kelamin : Laki - Laki

Alamat E-mail : dandyuliansyah07@gmail.com

### **Riwayat Pendidikan**

1. Sekolah Dasar Negeri 3 Ngadiboyo, Tahun 2008 – 2013
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Rejoso, Tahun 2013 - 2015
3. Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Gondang, Nganjuk, Tahun 2015 - 2017

### **Pengalaman Organisasi**

1. Anggota *Economic English Community* Tahun 2019
2. Wakil Duta Gemarikan Kabupaten Nganjuk Tahun 2019

### **Pengalaman lain**

1. Program KMMI (Kredensial Mikro Mahasiswa Indonesia) oleh

Kemdikbud Tahun 2021

### **Prestasi Yang Pernah Diraih**

1. Wakil Duta Gemarikan Tahun Kabupaten Nganjuk Tahun 2019
2. Penerima Hibah Teknopreneur Muda Pemula oleh Kemenpora Tahun  
2019
3. Penerima Hibah PKM-K tahun 2019, PKM-P Tahun 2020, dan PKM-K Tahun  
2021
4. Juara 1 Lomba Karya Ilmiah oleh Pemkot Kediri Tahun 2020

## SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Dandy Yuliansyah

NPM : 18419470

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Jenjang : Sarjana (S1)

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul:

" *PENGARUH CONTENT MARKETING MELALUI YOUTUBE, RISK PERCEPTION, DAN CONSUMER TRUST TERHADAP PURCHASE INTENTION (STUDI KASUS PADA BENIH BAWANG MERAH VARIETAS TAJUK (THAILAND NGANJUK)).*"

Apabila suatu saat nanti saya terbukti melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Kediri, 1 Januari 2022



A24A9AJX675951270 Yuliansyah  
NPM. 18419470

## KATA PENGANTAR

Puji syukur yang sedalam-dalamnya penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : Pengaruh *Content Marketing* melalui *Youtube*, *Risk Perception*, dan *Consumer Trust* terhadap *Purchase Intention* (Studi Kasus pada Benih Bawang Merah Varietas Tajuk (Thailand Nganjuk))

Tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai derajat Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.

Sehubung dengan selesainya skripsi ini penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ir. Djoko Raharjo, MP selaku Rektor Universitas Kadiri Kediri.
2. Dr. Nur Laely, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi serta dosen Pembimbing I yang telah berkenan meluangkan banyak waktu dan memberikan tambahan ilmu dan solusi dalam setiap kesulitan penulisan skripsi ini sampai tuntas.
3. Drs. Gandung Satriyono, ST, MM selaku Kaprodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kadiri.
4. Desi Kristanti, SE, MM selaku dosen Pembimbing II yang telah berkenan meluangkan banyak waktu, mengarahkan dalam penyusunan skripsi dan memberikan tambahan ilmu dan solusi dalam setiap kesulitan penulisan skripsi ini sampai selesai.

5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat pada masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua, Bapak Miran dan Ibu Dariyem yang telah memberikan dukungan baik moril maupun materil serta do'a yang tiada henti-hentinya kepada penulis.
7. Seluruh teman-teman seangkatan 2018 khususnya kelas Manajemen B terimakasih untuk dukungannya.
8. Kepada pemilik *channel youtube* Bawang Merah Nganjuk dan semua petani bawang merah yang bersedia bekerja sama demi terwujudnya penelitian yang saya lakukan.
9. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, terimakasih atas bantuannya.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir dapat bermanfaat bagi kita semua.

Kediri, 10 Januari 2021



**DANDY YULIANSYAH**

**NPM. 18419470**

## DAFTAR ISI

HALAMAN AWAL.....	i
PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
RIWAYAT HIDUP .....	ii
SURAT PERNYATAAN TENTANG ORISINALITAS .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
KATA PENGANTAR.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Pembatasan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1. Content Marketing (Konten Pemasaran) .....	16
2.2.1.1 YouTube sebagai Media Promosi.....	19
2.2.2. Risk Perception (Persepsi Risiko) .....	23
2.2.2.1. Definisi Risk Perception (Persepsi Risiko).....	23
2.2.2.2. Indikator Risk Perception.....	23
2.2.3. Consumer Trust (Kepercayaan Konsumen) .....	25
2.2.3.1. Definisi Consumer Trust (Kepercayaan Konsumen) .....	25
2.2.3.2. Indikator Consumer Trust (Kepercayaan Konsumen) .....	25
2.2.3.3. Karakteristik Consumer Trust (Kepercayaan Konsumen).....	26
2.2.4. Purchase Intention (Minat Beli).....	28
2.2.4.1. Definisi Purchase Intention (Minat Beli).....	28
2.2.4.2. Indikator – Indikator Purchase Intention (Minat Beli) .....	28
2.2.4.3. Tahapan Purchase Intention (Minat Beli).....	29
2.3 Kerangka Berpikir.....	31
2.4 Hipotesis.....	32
BAB III METODE PENELITIAN .....	34
3.1 Jenis Penelitian .....	34
3.2 Lokasi dan Periode Penelitian .....	34
3.3 Populasi dan Sampel .....	34
3.4. Sumber Data.....	38
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	38



3.5.1 Teknik Pengumpulan Data.....	38
1. Wawancara.....	39
2. Observasi.....	39
3. Kuisisioner / Angket.....	39
3.5.2. Uji Instrumen Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.5.2.1. Uji Validitas.....	40
3.5.2.2. Uji Reliabilitas.....	41
3.6. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	42
3.7. Metode Analisis Data .....	54
3.7.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	55
3.7.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	55
3.8. Uji Hipotesis.....	55
3.8.1. Uji (t).....	55
3.8.2. Uji (F).....	56
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	59
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden.....	59
4.3 Deskripsi Jawaban Responden.....	63
4.4 Analisis Data.....	76
4.4.1 Uji Validitas.....	76
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	84
4.4.3 Analisis Regresi linear Berganda.....	87
4.4.4 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	89
4.5 Pengujian Hipotesis.....	90
4.5.1 Uji (t).....	90
4.5.2 Uji (F).....	92
4.6 Pembahasan.....	93
4.6.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> melalui <i>Youtube</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	93
4.6.2 Pengaruh <i>Risk Perception</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	94
4.6.3 Pengaruh <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	95
4.6.4 Pengaruh <i>Content Marketing</i> melalui <i>Youtube</i> , <i>Risk Perception</i> dan <i>Consumer Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .....	96
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional <i>Content Marketing</i> melalui <i>Youtube</i> (X1).....	44
Tabel 3.2 Definisi Operasional <i>Risk Perception</i> (X2).....	46
Tabel 3.3 Definisi Operasional <i>Consumer Trust</i> (X3).....	49
Tabel 3.4 Definisi Operasional <i>Purchase Intention</i> (Y).....	53
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	61
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	62
Tabel 4.4 Jawaban Responden Variabel <i>Content Marketing</i> melalui <i>Youtube</i> .....	63
Tabel 4.5 Jawaban Responden Variabel <i>Risk Perception</i> (X2).....	66
Tabel 4.6 Jawaban Responden Variabel <i>Consumer Trust</i> (X3).....	70
Tabel 4.7 Jawaban Responden Variabel <i>Purchase Intention</i> (X4).....	75
Tabel 4.8 Tabel Uji Validitas <i>Content Marketing</i> melalui <i>Youtube</i> (X1).....	78
Tabel 4.9 Tabel Uji Validitas <i>Risk Perception</i> (X2).....	79
Tabel 4.10 Tabel Uji Validitas <i>Consumer Trust</i> (X3).....	81
Tabel 4.11 Tabel Uji Validitas <i>Purchase Intention</i> (Y).....	83
Tabel 4.12 Hasil Regresi Linear Berganda.....	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas <i>Content Marketing</i> melalui <i>Youtube</i> (X1).....	85
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas <i>Risk Perception</i> (X2).....	85
Tabel 4.15 Hasil Uji Reliabilitas <i>Consumer Trust</i> (X3).....	86
Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas <i>Purchase Intention</i> (Y).....	87
Tabel 4.17 Hasil Uji Determinasi.....	89
Tabel 4.18 Hasil Uji (t).....	90
Tabel 4.19 Hasil Uji (F).....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	32
-----------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Riwayat Hidup.....	104
Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian.....	106
Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden.....	110
Lampiran 4. Hasil Analisis Data dengan SPSS.....	122
Lampiran 5. Laporan Plagiasi.....	130
Lampiran 6. Bimbingan Skripsi.....	131
Lampiran 7. Berita Acara Seminar Proposal.....	138
Lampiran 8. Lembar Persetujuan Seminar Proposal.....	139
Lampiran 9. Dokumentasi Kegiatan.....	140