

PENGARUH *CONTENT MARKETING* TERHADAP *BRAND AWARENESS* SOCIOLLA (Survei Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)

TIKA SULISTIORINI

1702517015



Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING TOWARD
BRAND AWARENESS ON SOCIOLLA (Survey on Student of
Universitas Negeri Jakarta)***

TIKA SULISTIORINI

1702517015



This Scientific Paper was arranged to meet one of the requirements for obtaining an Associate Expert Degree at the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM DIII
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020***

ABSTRAK

Tika Sulistiorini, 2020; 1702517015; Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Brand Awareness* Sociolla (Survei pada Mahasiswa/i Universitas Negeri Jakarta). Karya Ilmiah, Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penulisan ini bertujuan untuk: 1) Memahami gambaran *Content Marketing* yang dimiliki Sociolla. 2) Memahami gambaran *Brand Awareness* yang dimiliki Sociolla. 3) Memahami bagaimana Pengaruh *Content Marketing* terhadap *Brand Awareness* Sociolla. Dalam penulisan ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah hasil penyebaran kuisioner pada 115 responden yang pernah melihat *content marketing* Sociolla. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana. Subjek penulisan ini adalah Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *content marketing* mempunyai pengaruh terhadap *Brand awareness* pada Sociolla. Ditunjukkan dengan koefisien determinasi sebesar 0.312 (31,2%).

Kata kunci : *Content Markeing, Brand Awareness, Sociolla, Online, Kecantikan.*

ABSTRACT

Tika Sulistiorini,2020; 1702517015; The Influence Of Content Marketing Toward Brand Awareness On Sociolla (Survey on Student of Universitas Negeri Jakarta). Scientific Paper, DIII Marketing Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta

This writing aims to: 1) Understand Marketing Content and Brand Awareness owned by Sociolla. 2) Understanding the Effect of Content Marketing on Sociolla Brand Awareness. In this method, the data used are the results of the distribution of questionnaires to 115 respondents who have seen Content Marketing Sociolla. The analytical method used is simple regression analysis. This subject is a Jakarta State University Student. From the results of this study indicate that content marketing has an influence on Brand awareness on Sociolla. Shown with the determination coefficient of 0.312 (31.2%)

Keywords: Marketing Content, Brand Awareness, Sociolla, Online, Beauty

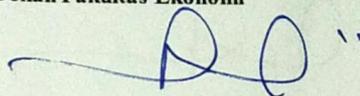
Lembar Persetujuan Proposal Karya Ilmiah

PERSETUJUAN PEMBIMBING DIPERSYARATKAN UNTUK SEMINAR PROPOSAL KARYA ILMIAH	
Mengetahui,	
Koordinator Program Studi D3 Manajemen Pemasaran	Pembimbing
	
<u>Dra. Solikhah, M.M</u> NIP : 196206231990032001	<u>Shandy Aditya, BIB, MPBS</u> NIP : 198404082019031003
04 Agustus 2020	04 Agustus 2020
Nama : Tika Sulistiorini No. Registrasi : 1702517015 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran	

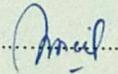
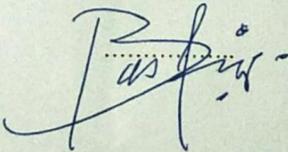
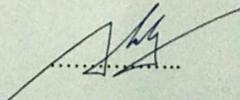
Lembar Pengesahan Karya Ilmiah

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
	Ketua Sidang		
1	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985032002		24 Agustus 2020
	Penguji Ahli		
2	<u>Dra. Basrah Saidani, M.Si</u> NIP. 197404162006041001		24 Agustus 2020
	Pembimbing		
3	<u>Shandy Aditya, BIB, MBPS</u> NIP. 198404082019031003		25 Agustus 2020
Nama : Tika Sulistorini No. Registrasi : 1702517015 Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran Tanggal Lulus : 10 Agustus 2020			

Catatan: - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12

- Dibuat rangkap Lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Tika Sulistiorini

NIM : 1702517015

Program Studi : D3 Manajemen Pemasaran

Tahun Ajaran : 2017

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul “ **Pengaruh Content Marketing Terhadap Brand Awareness Sociolla (Studi Kasus Pada Mahasiswa/I Universitas Negeri Jakarta)** ini adalah benar – benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiatisme atau pengutipan dengan cara - cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas Pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudia ditemukan pelanggaran atas etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau ada klaim terhadap keaslian karya ilmiah ini.

Jakarta, 18 Agustus 2020

Yang menyatakan,



Tika Sulstiorini

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang sudah memberikan segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, karena dengan-Nya praktikan diberikan kesehatan serta kemudahan sehingga dapat menyusun Karya Ilmiah dengan Judul **“Pengaruh *Content Marketing* Terhadap *Brand Awareness Sociolla*” (Survey Terhadap Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta)**

Dalam menyelesaikan penulisan ini, praktikan sangat sadar bahwa sepenuhnya Karya Ilmiah ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, dan semangat dari banyak pihak, baik bersifat moril maupun materil, maka dari itu, dengan ketulusan hati praktikan menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Dr. Ari Saptono, M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
2. Dra. Solikhah MM, selaku Koordinator Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Shandy Aditya, BIB, MPBS selaku dosen pembimbing yang membantu praktikan dalam menyelesaikan penulisan Karya Ilmiah ini.
4. Ibu Bapak Dosen Program DIII Manajemen Pemasaran yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama dibangku perkuliahan.
5. Rekan-rekan sesama mahasiswa DIII Manajemen Pemasaran, terutama kelas B.
6. Teman-teman dan kerabat terutama rekan-rekan grup 99 *liner* yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penulisan ini.

Praktikan menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan karya ilmiah ini. Praktikan mengharapkan kritik beserta saran yang bersifat membangun. Semoga dengan adanya laporan ini bisa menjadikan manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 21 Agustus 2020



Penulis