PENGARUH STRATEGI PEMASARAN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN E-WoM (*Electronic Word of Mouth*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z (STUDI KASUS BEBS CAKE DI KOTA PAREPARE)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pertanian Pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare

ALFIRA
221 170 005

Telah Diperiksa dan Disetujui,

Pada tanggal: 22 AUG 2025

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Nurhapsa,S.P .,M.Si	**Irninthya Nanda Pratami Irwan,S.E.,M.Agr**
NBM.938319	**NBM.1300771**

Mengetahui,

Dekan FAPETRIK UMPAR	Kaprodi
Dr.Sukmawati,S.P,M.P	**Edi Kurniawan,S.P.,M.Agr.**
NBM.1175442	**NBM.1103201**

Tanggal Lulus

PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
FAKULTAS PERTANIAN, PETERNAKAN DAN PERIKANAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE
2025

PENGARUH STRATEGI PEMASARAN KONTEN MEDIA SOSIAL DAN E-WoM (*Electronic Word of Mouth*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z (STUDI KASUS BEBS CAKE DI KOTA PAREPARE)

SKRIPSI

ALFIRA
221 170 005

Telah Diperiksa dan Disetujui,

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Nurhapsa,S.P .,M.Si	Irninthya Nanda Pratami Irwan,S.E.,M.Agr
NBM. 938319	NBM.1300771

Mengetahui,

Dekan FAPETRIK UMPAR	Ketua Program Studi
Dr.Sukmawati,S.P,M.P	Edi Kurniawan,S.P.,M.Agr.
NBM.1175442	NBM.1103201

Isi Skripsi Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji

Pada Tanggal : 15 Agustus 2025

Susunan Dewan penguji:

Ketua	**Tanda Tangan**
Dr. Nurhapsa,S.P .,M.Si **NBM.938319**	
Anggota I	
Irninthya Nanda Pratami Irwan,S.E.,M.Agr **NBM.1300771**	
Anggota II	
Ir. Arman,M.Si. **NBM.1155962**	
Anggota III	
Edi Kurniawan,S.P.,M.Agr **NBM.1103201**	

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Pertanian

Tanggal : 23 AUG 2025

Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan

Dr.Sukmawati,S.P,M.P
NBM.1175442

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ALFIRA

Nomor Induk Mahasiswa : 221170005

Program Studi : Agribisnis

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"Pengaruh Strategi Pemasaran Konten Media Sosial Dan E-WoM (Electronic Word of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z (Studi Kasus Bebs Cake Di Kota Parepare)"** adalah benar-benar hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bukan merupakan pengambilan alihan sebagian atau keseluruhan tulisan atau pemikiran orang lain, semua sumber data dan informasi telah jelas dan dapat diperiksa kebenarannya.

Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa keseluruhan skripsi ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Parepare, 23 Agustus 2025

Yang membuat pernyataan



Alfira

NIM. 221170005

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Strategi Pemasaran Konten Media Sosial dan E-WoM (Electronic Word of Mouth) terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z (Studi Kasus pada UMKM Cemilan Sultan di Kota Parepare)". Dibawah bimbingan ibu Dr. Nurhapsa. S.P.,M.Si selaku pembimbing I dan ibu Irninthya Nanda Pratami Irwan S. E., M.Agr selaku pembimbing II.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian,Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare.

Penulis mengucapkan terimakasih yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penulisan skripsi ini. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Kepada orang tua penulis yakni Alm Sunuri dan Almh Puasa penulis ingin menyampaikan penghargaan dan rasa syukur yang tak terhingga, kepada almarhum bapak, penulis ingin mengungkapkan rasa hormat dan cinta yang tak terhingga. Kepada ibu tercinta, yang semasa hidup telah memberikan kasih sayang, doa, dan dukungan yang tulus kepada penulis. Meskipun beliau tidak sempat membersamai penulis hingga menyelesaikan pendidikan ini, semangat,

nasihat, dan keteladanan yang diwariskan akan selalu hidup di hati penulis. Semoga Allah SWT

melampangkan kuburnya,mengampuni segala dosanya dan ditempatkan di surganya yang penuh kasi.

2. Kepada saudara dan saudari penulis yakni Rostina, Rustan, Rosneni, Rosmida, Ruslan, Rusni, Rusli, Rusdin, Fatma dan Alm Iwan. Penulis ucapkan banyak terima kasih atas pengorbanan, dukungan, serta bantuan finansial yang begitu besar selama penulis menempuh pendidikan di perguruan tinggi. Ketulusan dan keikhlasan yang telah diberikan menjadi salah satu kekuatan terbesar bagi penulis untuk menyelesaikan perkuliahan ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan dan pengorbanan tersebut dengan pahala yang berlipat ganda, kesehatan, serta kebahagiaan yang tiada henti. Khusus kepada Alm. Iwan, terima kasih atas kenangan indah, motivasi, dan kebaikan yang telah diberikan semasa hidup. Meskipun beliau tidak dapat membersamai penulis selama masa perkuliahan ini, semangat dan doa beliau tetap menjadi kekuatan yang menguatkan. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan menempatkan beliau di tempat terbaik di sisi-Nya.
3. Ibu Dr. Nurhapsa, S.P., M.Si. dan Ibu Irninthya Nanda Pratami Irwan, S.E., M.Agr., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga demi terselesaikannya skripsi ini.

4. Bapak Ir. Arman, M.Si. selaku dosen penguji I dan Bapak Edi Kurniawan, S.P., M.Agr selaku dosen penguji II yang telah memberikan masukan, saran, serta kritik yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Petanian, Peternakan dan Perikanan Universitas Muhammadiyah Parepare atas ilmu yang telah diberikan serta bantuannya selama masa perkuliahan dan staf /pegawai Fakultas Petanian, Peternakan dan Perikanan yang melayani dan memberikan arahan dalam urusan administrasi di fakultas,Terima kasih banyak.
6. Owner dari Bebs Cake yakni Sueba Rasyid yang dengan kerelaan hati telah memberikan izin dan dukungan untuk melakukan penelitian di toko kue Bebs Cake. Terima kasih atas kerjasama, pemahaman, dan kesediaan memberikan informasi yang sangat berharga.
7. Kepada sahabat penulis yakni Siti Musdalifa atas kebersamaan, dukungan, dan perhatian yang tulus selama masa perkuliahan. Terima kasih telah menjadi pendengar setia, penyemangat, sekaligus penguat di saat penulis menghadapi tantangan. Kehadiran, dukungan dan doa yang diberikan menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis hingga skripsi ini terselesaikan.
8. Kepada teman-teman Angkatan 2021 Agribisnis, atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang telah diberikan selama menempuh perkuliahan. Pertemanan dan kerja sama yang terjalin menjadi bagian berharga dalam perjalanan studi penulis. Semoga silaturahmi yang telah terbangun dapat terus terjaga di masa mendatang.

9. Dan semua pihak-pihak yang terlibat dalam penyusunan tugas akhir penulis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terima kasih banyak.

Saya menyadari skripsi ini masih memiliki begitu banyak kekurangan. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik agar dapat menyempurnakan skripsi ini sehingga dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan yang kemudian akan dikembangkan lagi lebih lanjut.

Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatu

ABSTRAK

Alfira (221170005). Pengaruh Strategi Pemasaran Konten Media Sosial dan E-WoM(Electronic Word Of mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z (Studi Kasus Bebs Cake Di Kota Parepare. Dibawah Bimbingan **Nurhapsa** dan **Irninthya Nanda Pratami Irwan**.

Persaingan bisnis di era digital menuntut pelaku usaha untuk lebih kreatif dalam menarik perhatian konsumen, khususnya Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Bebs Cake, sebagai pelaku UMKM di Kota Parepare, memanfaatkan strategi pemasaran konten dan electronic word of mouth (E-WoM) guna menarik minat beli konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *content marketing* dan E-WoM(*electronic word of mouth*) baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian generasi Z pada toko kue bebs cake Kota Parepare. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis linear berganda. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, observasi dan dokumentasi, sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) variabel *content marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen bebs cake (2) variabel E-WoM(*electronic word of mouth*) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen bebs cake (3) variabel *content marketing* dan E-WoM(*electronic word of mouth*) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen bebs cake. Strategi pemasaran yang bisa dilakukan oleh bebs cake yaitu dengan optimalisasi penggunaan media sosial,tidak hanya menggunakan instagram tetapi bisa menggunakan media sosial tiktok dan berkolaborasi dengan influenser lokal.

Kata kunci: Kontent Marketing, E-WoM(electronic word of mouth), Keputusan Pembelian, Generasi Z, Bebs Cake

ABSTRACT

Alfira (221170005). The Influence of Social Media Content Marketing Strategy and E-WoM (Electronic Word Of Mouth) on Generation Z Purchasing Decisions (Case Study of Bebs Cake in Parepare City. Under the Guidance of **Nurhapsa** and **Irninthya Nanda Pratami Irwan**.

Business competition in the digital era requires business actors to be more creative in attracting the attention of consumers, especially Generation Z who actively use social media. Bebs Cake, as an MSME actor in Parepare City, utilizes content marketing strategies and electronic word of mouth (E-WoM) to attract consumer purchasing interest. This study aims to determine the effect of content marketing and E-WoM (electronic word of mouth) both partially and simultaneously on purchasing decisions of generation Z at the Bebs Cake cake shop in Parepare City. This study uses a quantitative descriptive approach. Data collection techniques use questionnaires, interviews, observation and documentation, while data analysis techniques use multiple linear regression analysis. This study uses a quantitative descriptive approach. Data collection techniques use questionnaires, interviews, observation and documentation, while data analysis techniques use multiple linear regression analysis. The results of the study show that: (1) content marketing variables have a significant effect on consumer purchasing decisions at Bebs Cake (2) E-WoM (electronic word of mouth) variables have a significant effect on consumer purchasing decisions at Bebs Cake (3) content marketing and E-WoM (electronic word of mouth) variables together influence consumer purchasing decisions at Bebs Cake. The marketing strategy that can be carried out by Bebs Cake is by optimizing the use of social media, not only using Instagram but also using TikTok social media and collaborating with local influencers.

Keywords: Content Marketing, E-WoM (electronic word of mouth), Purchasing Decision, Generation Z, Bebs Cake

DAFTAR ISI

SKRIPSI ..... **i**

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI ..... **iv**

HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI ..... **v**

KATA PENGANTAR ..... **iii**

ABSTRAK ..... **x**

ABSTRACT ..... **xi**

DAFTAR ISI ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xv**

DAFTAR TABEL ..... **xvi**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xvii**

BAB I. PENDAHULUAN **1**

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Rumusan Masalah 4

1.3. Tujuan Penelitian 5

1.4. Manfaat Penelitian 5

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA **6**

2.1. Penelitian Terdahulu 6

2.2. Content Marketing 8

2.3. E-*WOM (electronic word of mouth)* 12

2.4. Keputusan pembelian 14

BAB III. KERANGKA PIKIR 18

3.1. Kerangka Pikir 18

3.2. Gambar kerangka pikir 19

3.3. Hipotesis 20

BAB IV. METODE PENELITIAN 21

4.1. Tempat Dan Waktu Penelitian 21

4.2. Populasi Dan Sampel 21

4.3. Jenis Dan Sumber Data 22

4.4. Teknik Pengumpulan Data 22

4.5. Analisis Data 23

4.6. Defenisi Operasional 26

BAB V. KEADAAN UMUM DAN LOKASI PENELITIAN 29

5.1 Profil Bebs Cake 29

5.2 Struktur Organisasi Tokoh Bebs Cake 29

BAB VI. HASIL DAN PEMBAHASAN 30

6.1. Identitas Responden 30

6.2. Uji Hasil Instrumen Penelitian 33

6.3. Hasil Uji Asumsi Klasik 35

6.4. Hasil Uji Regresi Berganda 38

6.5. Pengujian Hipotesis 39

6.6. Pembahasan Hasil Peneletian 43

BAB VII. PENUTUP 47

7.1. Kesimpulan 47

7.2 Saran 47

DAFTAR PUSTAKA 48

LAMPIRAN 52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 . Kerangka pikir 19

Gambar 5. 1 Struktur organisasi 29

Gambar 6. 1 . Scatterplot 38

DAFTAR TABEL

Tabel 6. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 30

Tabel 6. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur 31

Tabel 6. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 32

Tabel 6. 4 Hasil Uji Validitasi 34

Tabel 6. 5 Hasil Uji Reabilitas 35

Tabel 6. 6 Hasil Uji Normalitas Shapiro-wilk 36

Tabel 6. 7 . Ringkasan Hasil Uji Multikolinieritas 37

Tabel 6. 8 . Output Regresi Linear Berganda 38

Tabel 6. 9 Ringkasan Hasil Uji T 40

Tabel 6. 10 Hasil Uji F 41

Tabel 6. 11 . Adjusted R Square 42

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Angket Uji Instrumen 52

Lampiran 2 . Data Angket Uji Instrumen..... 59

Lampiran 3 . Identitas Responden..... 61

Lampiran 4 . Hasil Output Analisis..... 63

Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik..... 68

Lampiran 6 Hasil Analisis Regresi..... 69

Lampiran 7 Analisis Koefisiensi Determinasi 70

Lampiran 8 Dokumentasi Penelitian..... 71

Lampiran 9 Surat Izin Penelitian..... 77

Lampiran 10 . Surat Telah Menyelesaikan Penelitian..... 78