



ANALISIS PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN IKLAN META TERHADAP MINAT BELI PADA KAFE ALAM MEMANGGIL

ASYFA TRINOVALAILA



PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh *Content Marketing* dan Iklan Meta terhadap Minat Beli pada Kafe Alam Memanggil” adalah karya saya dengan arahan dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya limpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Mei 2026

Asyfa Trinovalaila
K1401221116

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

ABSTRAK

ASYFA TRINOVALAILA. Analisis Pengaruh *Content Marketing* dan Iklan Meta terhadap Minat Beli pada Kafe Alam Memanggil. Dibimbing oleh SUHENDI.

Perkembangan *coffee shop* di wilayah Dramaga, Bogor berpengaruh pada fluktuasi omzet kafe Alam Memanggil yang hanya menggunakan strategi *content marketing* dan iklan Meta sebagai media pemasaran. Akan tetapi, hasil yang diperoleh masih belum optimal mendorong minat beli. Penelitian ini mengidentifikasi karakteristik konsumen, pengaruh *content marketing* dan iklan Meta terhadap minat beli, pengaruh *content marketing* terhadap efektivitas performa iklan Meta, serta merancang implikasi manajerial guna meningkatkan minat beli Kafe Alam Memanggil. Penelitian dilaksanakan dari Januari - Maret 2026 dengan data yang digunakan yaitu primer dari survei 204 responden, dan data sekunder dari *dashboard* iklan Meta serta studi literatur. Kemudian data dianalisis secara deskriptif, SEM-PLS dan metrik iklan. Hasil penelitian menunjukkan *content marketing* dan iklan terbukti berpengaruh signifikan terhadap minat beli serta secara langsung maupun melalui iklan Meta sebagai mediasi. Implikasi manajerial difokuskan pada strategi STP yang lebih tepat sasaran, optimalisasi *content marketing* melalui visual video berisi suasana tempat dan informasi menu, didukung paket promo menu. Serta perluasan target audiens iklan Meta dengan materi iklan dari konten organik terbaik, A/B *testing* kampanye dan anggaran iklan.

Kata kunci: alam memanggil, *content marketing*, iklan Meta, minat beli.

ABSTRACT

ASYFA TRINOVALAILA. *Analysis the Effect of Content Marketing and Meta Ads on Purchase Intention in Alam Memanggil Cafe. Supervised by SUHENDI.*

The growth of coffee shops in Dramaga, Bogor, affecting the fluctuating revenue of Alam Memanggil Cafe which relies on content marketing and Meta advertising that have not yet optimally driven purchase intention. This study aims to identify consumer characteristics, analyze the effects of content marketing and Meta ads on purchase intention, examine the influence of content marketing on the effectiveness of Meta ad performance, and develop managerial implications to improve purchase intention. Conducted from January to March 2026, the study uses primary data from a survey of 204 respondents and secondary data from Meta Ads dashboards and literature. Data were analyzed using descriptive analysis, SEM-PLS, and advertising metrics. The results show that content marketing and advertising significantly influence purchase intention, both directly and indirectly through Meta ads as a mediating variable. Managerial implications focus on more precise STP strategies, optimizing video-based content showcasing ambiance and menu information supported by promotional packages, expanding ad audiences using top performing organic content, implementing A/B testing for ad campaigns and budgets.

Keywords: alam memanggil, *content marketing*, meta ads, purchase intention.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.



ANALISIS PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN IKLAN META TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA KAFE ALAM MEMANGGIL

ASYFA TRINOVALAILA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

IPB University
Bogor Indonesia



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Dr. Nyanyu Lathifah Tirdasari, S.E., M.S.M
2. Dr. Salsa Dilla, S.E., M.Si.



Judul Skripsi : Analisis Pengaruh *Content Marketing* dan Iklan Meta terhadap Minat Beli Kafe Alam Memanggil

Nama : Asyfa Trinoyalaila
NIM : K1401221116

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Suhendi, S.P., M.M



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
7 Mei 2026

Tanggal Lulus:



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2026 sampai bulan Maret 2026 ini ialah analisis pengaruh faktor-faktor terhadap minat beli, dengan judul “Analisis Pengaruh *Content Marketing* dan Iklan Meta terhadap Minat Beli pada Kafe Alam Memanggil”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada Bapak pembimbing skripsi sekaligus pembimbing akademik, Dr.Suhendi, S.P., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran selama proses pembuatan skripsi maupun selama dibangku perkuliahan. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada moderator seminar, dan dosen penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada kafe Alam Memanggil yang telah memberi izin dan data pendukung penelitian sehingga penelitian ini dapat dilaksanakan.

Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada orang tua penulis Almarhum Ayah Ali Nusir yang meskipun raganya tidak bisa kebersamai penulis sampai meraih gelar nanti, namun penulis yakin alhamarhum senantiasa ada disamping penulis. Begitu pun dengan Ibu tercinta Nurlela yang selalu hadir memberikan kasih sayang dan doa-doa terbaiknya dalam setiap perjalanan penulis. Semangat yang luar biasa dalam menyelesaikan skripsi ini berasal dari dukungan yang tiada henti dari beliau serta saudara dan saudara penulis Suci Wahyu Seruni, Alweni Mailinda Putri, dan Divo Algusti Rahmad.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada sahabat penulis Mutiara Putri Qalbi, Laily Safitri, Anggun Aulia Putri serta saudara Miftahul Huda yang selalu hadir dan memberikan semangat. Kemudian teman-teman asrama penulis antara lain Elza Maineli, Siti Rhaina, Elsi Aprianti, serta kaka tingkat terbaik Syahrul Wirahadi, dan teman-teman lainnya yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan banyak dukungan dan bantuan selama proses penyusunan tugas akhir.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan. Penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penulisan ini, sehingga penulis terbuka untuk kritik dan saran demi perbaikin di masa mendatang.

Bogor, Mei 2026

Asyfa Trinovalaila



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Teori S-O-R	8
2.2 <i>Marketing</i>	8
2.3 <i>Digital Marketing</i>	9
2.4 <i>Content Marketing</i>	10
2.5 Iklan Meta	11
2.6 Minat Beli	13
2.7 Kerangka Teoritis	14
2.8 Kerangka Pemikiran	17
III METODE	18
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	18
3.2 Jenis dan Sumber Data	18
3.3 Teknik Penentuan Responden	18
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
3.4.1 Analisis Deskriptif	19
3.4.2 <i>Structural Equation Modelling-Partial Least Square (SEM-PLS)</i>	20
3.4.3 Metrik Meta <i>Ads</i>	23
3.4.4 <i>Segmenting Targeting Positioning (STP)</i>	25
3.5 Variabel Operasional	25
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	27
4.2 Karakteristik Responden	28
4.2.1 Karakteristik sosio-demografi responden	29
4.2.2 Karakteristik berdasarkan perilaku dan preferensi responden	32
4.3 Analisis SEM-PLS	39
4.3.1 Evaluasi model pengukuran (<i>measurement</i> atau <i>outer model</i>)	39
4.3.2 Evaluasi <i>inner model</i>	42
4.4 Analisis efektivitas <i>content marketing</i> terhadap performa iklan Meta Kafe Alam Memanggil	47
4.5 Rekomendasi Strategi	49
V KESIMPULAN DAN SARAN	52
DAFTAR PUSTAKA	54

LAMPIRAN	59
RIWAYAT HIDUP	66

DAFTAR TABEL

1	Adopsi dan penggunaan telepon seluler, internet dan sosial media	1
2	Bobot nilai pada <i>skala likert</i>	20
3	Kategori skor berdasarkan rentang skala	20
4	Variabel operasional	25
5	<i>Screening question</i> untuk mengeliminasi responden	28
6	Klasifikasi usia responden	29
7	Klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin	30
8	Klasifikasi status pekerjaan responden	30
9	Klasifikasi pendapatan per bulan responden	31
10	Klasifikasi pengeluaran per bulan responden	31
11	Sumber awal responden mengetahui tentang kafe Alam Memanggil	32
12	Responden yang melihat iklan Meta kafe Alam Memanggil	32
13	Kuantitas responden melihat iklan kafe Alam Memanggil	33
14	Sikap yang muncul setelah melihat konten dan iklan	33
15	Konten video di media sosial kafe Alam Memanggil	34
16	Jenis konten Alam Memanggil yang menarik perhatian	35
17	Format konten yang mempengaruhi responden berkunjung	36
18	Durasi video konten yang paling disukai	36
19	Elemen yang harus ada di dalam konten	37
20	<i>Call to action</i> iklan yang mendorong tindakan berkunjung	37
21	Platform yang sering digunakan untuk mencari informasi	38
22	Tindakan yang dilakukan responden setelah berkunjung	39
23	Nilai AVE	41
24	Nilai <i>cross loading</i>	41
25	Hasil uji validitas diskriminan menggunakan <i>fornell-larker criterion</i>	42
26	Hasil uji reliabilitas model	42
27	Perhitungan nilai <i>R-square</i> (R^2)	43
28	Hasil <i>bootstrapping path coefficient</i>	43
29	Pernyataan hipotesis penelitian	44
30	Hasil kinerja iklan kafe Alam Memanggil (Maret, April, Mei, dan Desember)	47
31	Strategi <i>segmenting, targeting dan positioning</i>	49
32	Strategi terkait <i>content marketing</i> dan iklan Meta	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR GAMBAR

1	Media sosial yang paling banyak digunakan	1
2	Jumlah interaksi tayangan, <i>like</i> , komen dan <i>share</i>	4
3	Jumlah omzet kafe Alam Memanggil	5
4	Model konseptual penelitian	16
5	Kerangka pemikiran operasional	17
6	Model SEM-PLS penelitian	23
7	Lokasi Kafe Alam Memanggil	27
8	Nilai <i>loading factor</i>	41

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	60
---	----------------------	----

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.