

**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN KUALITAS KONTEN
TERHADAP LOYALITAS PENONTON PADA YOUTUBE FERRY**

IRWANDI

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

MUHAMAD ABDUL GHOFUR

NPM: 2261201003173



UNIVERSITAS MERDEKA PASURUAN

FAKULTAS EKONOMI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhamad Abdul Ghofur
Nomor Pokok Mahasiswa : 2261201003173
Universitas : Merdeka Pasuruan
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Personal Branding* dan Kualitas Konten
Terhadap Loyalitas Penonton pada YouTube Ferry
Irwandi

Pasuruan, 30 Juni 2026

DISETUJI dan DITERIMA

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

(Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM.)

(Nurul Akramiah, SE., MM.)

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan

(Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M.)

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada tanggal 30 Juni 2026

TIM PENGUJI

- | | |
|-----------------------------------|---------------------|
| 1. Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M. | 1. Ketua |
| 2. Dra. A. Ratna Pudyaningsi, MM. | 2. Sekretaris |
| 3. Nurul Akramiah, SE., MM. | 3. Anggota |

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Pasuruan



Dr. Ir. Bambang Sutikno, M.M.

**SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT
(ORISINALITAS)**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Abdul Ghofur

NPM : 2261201003173

Alamat Rumah : Jl. Diponegoro Gg 5 No 6

Kel. Kebonsari, Kec. Panggungrejo, Kota Pasuruan, Jawa
Timur

Dengan ini menyatakan Skripsi yang berjudul:

“Pengaruh *Personal Branding* dan Kualitas Konten terhadap Loyalitas Penonton pada YouTube Ferry Irwandi” adalah hasil kerja tulisan Saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya tulisan ilmiah orang lain baik berupa artikel, Thesis, ataupun disertasi.

Demikian Surat Pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya. Jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang Kami tulis adalah hasil Plagiat, maka Kami bersedia menerima sanksi.

Dan Saya bertanggung jawab secara mandiri tidak ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fakultas Ekonomi Merdeka Pasuruan.

Pasuruan, 30 Juni 2026

Yang Membuat



Muhamad Abdul Ghofur

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi, Universitas Merdeka Pasuruan.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan motivasi. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, kesabaran, dan kesehatan kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penelitian tepat waktu serta diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun skripsi ini.
2. Mama dan Ayah yang sama-sama berperan penting dalam hidupku. Terimakasih selalu mengusahakan apapun. Terimakasih sudah menjadi manusia yang memberikan kebebasan kepada anaknya untuk memilih apapun hal yang mereka sukai tanpa memaksakan kehendak pribadinya, super baik, super sabar, dan ikhlas dalam segala hal. Terimakasih untuk doa-doa mama dan ayah yang dipanjatkan untuk anakmu ini tanpa henti sehingga bisa bertahan di titik ini. Sehat selalu maa yah, sebentar yaaa tunggu anakmu sukses nanti yaaa.
3. Dra. A. Ratna Pudyaningsih, MM. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Ibu Nurul Akramiah, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing 2, sudah saya anggap sebagai orang tua kedua saya yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan penuh sabar dan dedikasi. Tanpa bimbingan

beliau, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik hingga titik ini.

4. Seluruh dosen dan staff sekretariat Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas selama menempuh pendidikan di Fakultas Ekonomi.
5. Bapak TPS dan Ibu VH yang sudah saya anggap seperti orang tua saya dan kawahcandradimuka saya di jalanan yang membantu penulis secara moral dan moril sehingga penulis berada di titik ini di haturkan ucapkan terimakasih yang sebesar – besarnya.
6. Teman-teman “RB”, “Karang Taruna Kebonsari” dan ‘Presentasi Bahasa Indonesia’ yang telah kebersamai penulis selama masa perkuliahan hingga sampai di titik ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, kebersamaan, serta menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, dan sumber semangat dalam melewati masa-masa sulit.
7. BKP yang sudah memberikan waktu kesempatan dan dorongan untuk penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsinya
8. MNS atas segala bantuan dan upaya yang senantiasa diberikan. Terima kasih telah menjadi pemarah, penasihat dan pendengar yang selalu memberikan saran, dukungan, motivasi, dan menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis. Semoga apapun yang diusahakan segera terwujud.
9. M. Abdul Ghofur, selaku penulis itu sendiri. Terimakasih telah menyelesaikan apa yang sudah dimulai. Terimakasih sudah bertahan hingga titik ini dan membuktikan bahwa kamu mampu melewatinya. Semangat berproses untuk masa-masa yang akan datang. Nikmati prosesnya.

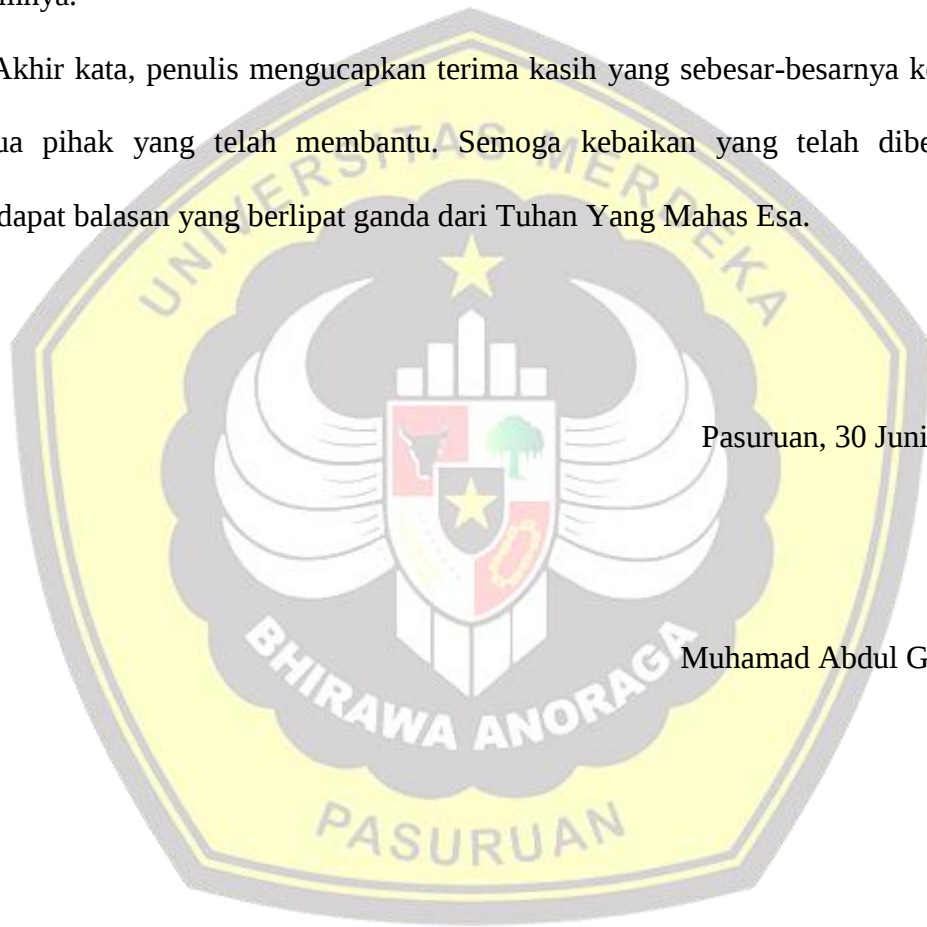
10. Pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah berkontribusi secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu. Semoga kebaikan yang telah diberikan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Tuhan Yang Mahas Esa.

Pasuruan, 30 Juni 2026

Muhamad Abdul Ghofur

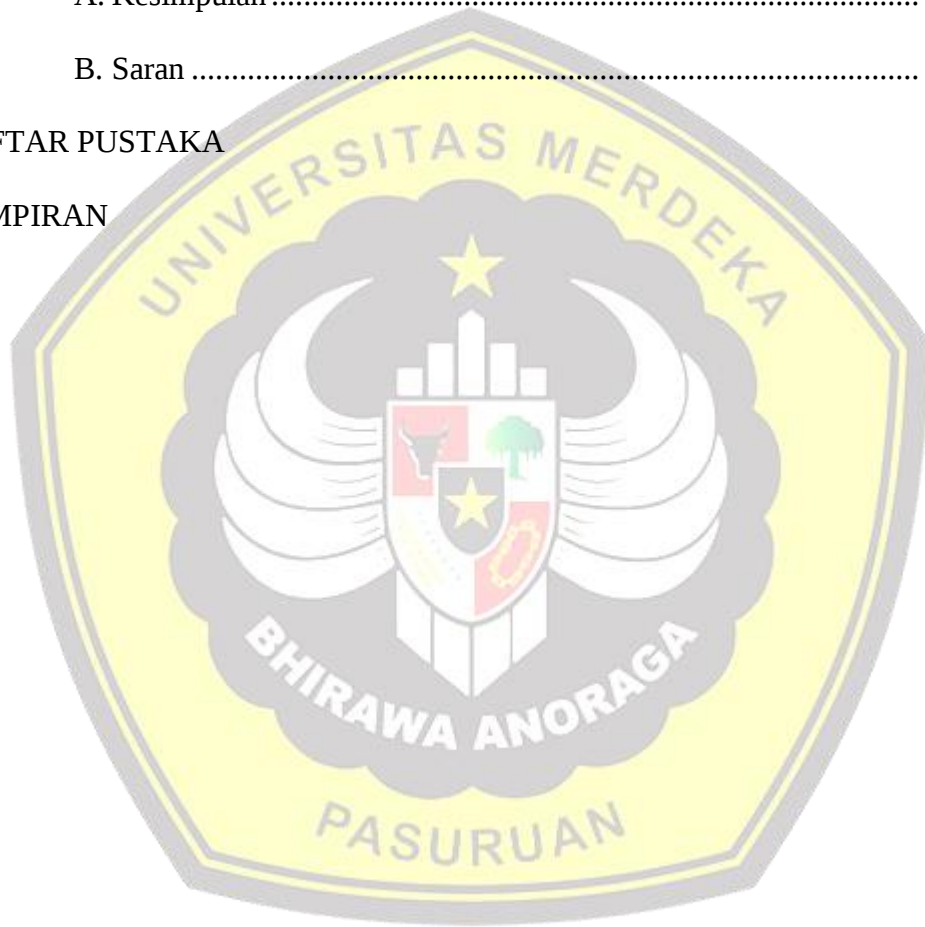


DAFTAR ISI

COVER	i
HALAMAN PERSETUJUAN DRAFT SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT	iv
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian	5
D. Kegunaan Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Teori yang Melandasi Permasalahan	7
1. Loyalitas Penonton.....	7
2. <i>Personal Branding</i>	10
3. Kualitas Konten.....	18

B. Penelitian Terdahulu	23
C. Hubungan antara Variabel Bebas dengan Variabel Terikat.....	25
D. Kerangka Konseptual.....	28
E. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Definisi Operasional Variabel	30
1. Variabel Dependen (Dipengaruhi)	30
2. Variabel Independen	31
B. Ruang Lingkup Penelitian	36
C. Lokasi Penelitian.....	36
D. Populasi dan Sampel.....	36
E. Jenis dan Sumber Data.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data.....	39
G. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	50
B. Hasil Penelitian	51
1. Uji Instrumen Penelitian	51
2. Analisis Deskriptif	55
3. Uji Asumsi Klasik.....	77
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
5. Uji Hipotesis	86
C. Pembahasan	90

1. Pengaruh <i>Personal Branding</i> dan Kualitas Konten terhadap Loyalitas Penonton.....	90
2. Pengaruh <i>Personal Branding</i> terhadap Loyalitas Penonton ..	91
3. Pengaruh Kualitas Konten terhadap Loyalitas Penonton.....	93
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	95
A. Kesimpulan	95
B. Saran	97
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matrik Penelitian Terdahulu	23
Tabel 2 Skala <i>Likert</i>	41
Tabel 3 Nilai Interval	44
Tabel 4 Uji Validitas	52
Tabel 5 Ringkasan Uji Reliabilitas	55
Tabel 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel 9 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton.....	59
Tabel 10 Analisis Deskriptif Variabel.....	60
Tabel 11 Interval Kelas	61
Tabel 12 Deskriptif Jawaban Variabel <i>Personal Branding</i>	62
Tabel 13 Deskriptif Jawaban Reponden Variabel Kualitas Konten.....	68
Tabel 14 Deskriptif Jawaban Variabel Loyalitas Penonton.....	73
Tabel 15 Hasil Uji One-sample Kolmogorov-Smirnov	78
Tabel 16 Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 17 Hasil Uji Linearitas	83
Tabel 18 Hasil Uji Autokorelasi	84

Tabel 19 Hasil Regresi Linear Berganda	85
Tabel 20 Hasil Koefisien Determinasi	87
Tabel 21 Keputusan Uji Simultan (Uji F)	88
Tabel 22 Keputusan Uji Parsial (Uji t).....	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Kerangka Konseptual	28
Gambar 2 <i>P-Plot of Regression Standardized Residual</i>	79
Gambar 3 Grafik Scatterplot	81



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: KUESIONER

LAMPIRAN 2: ANALISIS DESKRIPTIF

LAMPIRAN 3: HASIL UJI INSTRUMEN

LAMPIRAN 4: HASIL UJI HIPOTESIS

LAMPIRAN 5: TABEL STATISTIK



**PENGARUH *PERSONAL BRANDING* DAN KUALITAS KONTEN
TERHADAP LOYALITAS PENONTON PADA YOUTUBE FERRY**

IRWANDI

Muhamad Abdul Ghofur¹, Agnes Ratna Pudyaningsih², Nurul Akramiah³

¹Mahasiswa Universitas Merdeka Pasuruan

^{2,3}Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Pasuruan

E-mail: gofurgofur005@gmail.com¹, ratnahend@gmail.com²,
nurul.aidan04@gmail.com³

ABSTRAK

Perkembangan media digital, khususnya platform YouTube, telah mengubah pola konsumsi informasi dan hiburan masyarakat. Salah satu kreator yang cukup dikenal adalah Ferry Irwandi, yang memiliki karakter *personal branding* kuat serta menyajikan konten informasi dan kritis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *personal branding* dan kualitas konten terhadap loyalitas penonton pada YouTube Ferry Irwandi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *random sampling*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh melalui kuesioner *online* menggunakan skala Likert, serta data sekunder dari buku dan jurnal. Teknik analisis data dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *personal branding* dan kualitas konten secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas penonton. Secara parsial, *personal branding* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penonton dan kualitas konten juga berpengaruh signifikan terhadap loyalitas penonton. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa 79.2% loyalitas penonton dipengaruhi oleh kedua variabel tersebut. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa *personal branding* dan kualitas konten berperan penting dalam meningkatkan loyalitas penonton.

Kata Kunci: *Personal branding*, kualitas konten, loyalitas penonton