

**PENGARUH KONTEN *MARKETING, LIVE SHOPPING* DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* DI *TIKTOK SHOP* TAHUN 2024**
(Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Tiktok Shop Di Blitar Raya)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam
Mencapai Gelar Sarjana Manajemen (S.M)



Disusun Oleh:

Nama : Bangun Sri Rahayu
Nim : 20224003
Dosen Pembimbing : Kristya Damayanti S.E., M.M.,

PROGAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI KESUMA NEGARA BLITAR
2024

LEMBAR PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadiran Allah swt yang telah melimpahkan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan kerendahan hati dan kesabaran yang luar biasa. Dengan rasa bangga karya ini, penulis persembahkan kepada :

1. Teristimewa untuk kedua orang tua saya tercinta Bapak Haris Setyo Purnomo dan Ibu Siti Fatoyah yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, dan nasihat tiada henti. Beliau tidak merasakan bangku perkuliahan namun mampu menghantarkan putrinya menjadi sarjana. Semoga Allah SWT selalu mengiringi kehidupan yang barokah, diberi kesehatan dan panjang umur.
2. Kedua Saudaraku Sri Andayani dan Sri Dian Astuti serta kakak iparku Agus Yulianto yang telah memberikan dukungan moril maupun materiil dan pengingat bagi penulis agar menyelesaikan studi tepat waktu. Diantara saudaranya penulis satu-satunya yang menyandang gelar sarjana.
3. Keponakanku Achmad Maulana Ramadhan yang telah menghibur penulis di saat penyelesaian skripsi dengan kerandoman tingkahnya.
4. Teruntuk sahabat penulis yang memberikan semangat dan kekuatan disaat penulis sempat ingin menyerah dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Teman seperjuangan yang telah memberikan semangat dan kerja sama selama menempuh pendidikan serta dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
6. Teruntuk Wiratna Salsabila S.Mat., yang selalu membantu dalam kerumitan menyusun skripsi penulis. Terima kasih untuk arahan disaat penulis tidak percaya akan dirinya sendiri sampai penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

7. Jodoh penulis kelak, kamu menjadi motivasi penulis untuk terus berambisi menyelesaikan skripsi ini. Semoga kamu juga bangga atas pencapaian ini, meskipun saat ini tidak mengetahui keberadaanmu. *People come and go* tetapi penulis yakin bahwa sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menuju kepada kita dengan bagaimanapun caranya.
8. *Last but not least*, ya!!! Kepada diri sendiri Bangun Sri Rahayu. Terimakasih sudah bertahan dan berjuang sejauh ini. Terus berusaha dan tidak pernah menyerah. Mampu membagi waktu antara bekerja dan kuliah. Sesulit apapun prosesnya kamu telah menyelesaikanya. Berbahagialah, ini pencapaian yang patut dirayakan untuk diri sendiri. *Proud of me*, apapun kekurangan dan kelebihanmu mari tetap berjuang untuk masa depan.
Senyumlah, syukuri hidupmu,-

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum melainkan mereka yang mengubah diri mereka sendiri”

(QS. Ar-Ra’ad : 11)

“ Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain).

Dan hanya kepada tuhanmulah engkau berharap. ”

(QS. Al-Insyirah : 6-7)

“ Orang tuamu yang paling bangga atas keberhasilanmu, jangan kecewakan mereka. Simpan keluhmu, sebab letihmu tak sebanding dengan perjuangan mereka demi menghidupimu. “

“ Tetaplah berusaha ditengah kegagalan, tetaplah kuat disetiap badai cobaan.

Yakinlah kamu pasti bisa! “

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Yang Bertanda tangan di bawah ini Dosen Pembimbing dari :

Nama : BANGUN SRI RAHAYU

NIM : 20224003

Jurusan : MANAJEMEN

Progam Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi :

**PENGARUH KONTEN *MARKETING, LIVE SHOPPING* DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* DI *TIKTOK SHOP* TAHUN 2024**

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini telah melalui proses bimbingan sejak tanggal 22 Mei 2024 sampai dengan 08 Agustus 2024 dan memberikan persetujuan atas skripsi ini untuk diuji di depan dewan penguji skripsi.

Demikian Persetujuan ini saya berikan sebagai syarat untuk mengikuti Ujian Komprehensif bagi mahasiswa yang tersebut di atas.

Blitar, 08 Agustus 2024

Pembimbing,

Kristya Damayanti, S.E.,M.M.,

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : BANGUN SRI RAHAYU

NIM : 20224003

Jurusan : MANAJEMEN

Progam Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi :

**PENGARUH KONTEN *MARKETING, LIVE SHOPPING* DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* DI TIKTOK SHOP TAHUN 2024**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan Skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya.

Apabila ternyata di kemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesuma Negara Blitar.

Demikian, pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Blitar, 08 Agustus 2024

Penulis,

Bangun Sri Rahayu

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi dengan judul :

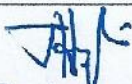
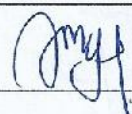
**PENGARUH KONTEN *MARKETING, LIVE SHOPPING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE* DI *TIKTOK SHOP* TAHUN 2024**

Yang disusun oleh :

Nama : BANGUN SRI RAHAYU
NIM : 20224003
Jurusan : MANAJEMEN
Progam Studi : MANAJEMEN

Telah diuji pada tanggal 28 Agustus 2024

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

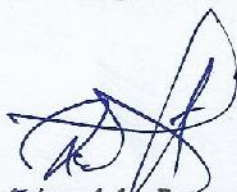
NO	NAMA	KEDUDUKAN	TANDA TANGAN
1.	Dr. SITI SUNROWIYATI, SE, MM	PENGUJI I	
2.	TETTY WIDIYASTUTI, SE, MM	PENGUJI II	
3.	KRISTYA DAMAYANTI, SE, MM	PENGUJI III	

Telah dinyatakan lulus pada tanggal 18 Oktober 2025

Mengetahui,

Ketua Progam Studi

Ketua Dewan Penguji,


Tanto Askriyandoko Putro, SE, MM




Dr. Siti Sunrowiyati, SE, MM

ABSTRAKSI

PENGARUH KONTEN *MARKETING*, *LIVE SHOPPING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* DI *TIKTOK SHOP* TAHUN 2024

BANGUN SRI RAHAYU – 20224003

Kata Kunci : *Konten Marketing, Live shopping, Online customer review* ,
keputusan Pembelian.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten *marketing*, *live shopping*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* di *tiktok shop* pada pengguna *tiktok* di Blitar Raya. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner melalui *google form* sebagai data primer dan data sekunder bersumber dari buku, jurnal. Alat analisis statistik menggunakan SPSS 26.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 100 pengguna yang memenuhi kriteria responden yaitu berdomisili di Blitar Raya, laki-laki/perempuan diatas 17 tahun, menggunakan aplikasi *tiktok* dan pernah melakukan pembelian di *tiktok shop*. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen (validitas dan reabilitas), uji asumsi klasik (normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji hipotesis (uji T, uji F, dan determinan R^2).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel konten *marketing*, *live shopping*, dan *online customer review* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 1). Konten *marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $2,411 > 1,984$ dan $\text{sig } 0,018 < 0,05$. 2). *Live shopping* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $2,006 > 1,984$ dan $\text{sig } 0,048 < 0,05$. 3). *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai $3,943 > 1,984$ dan $\text{sig } 0,001 < 0,05$.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengetahui penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari banyak bantuan. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Siti Sunrowiyati, SE., MM selaku Ketua STIE Kesuma Negara Blitar.
2. Ibu Dr. Sulistya Dewi Wahyuningsih, SE., MSA selaku Wakil Ketua Bidang Akademik dan Riset STIE Kesuma Negara Blitar.
3. Bapak Dr. Sandi Eka Suprajang, SE., MM selaku Wakil Ketua Bidang Kemahasiswaan dan Alumni STIE Kesuma Negara Blitar.
4. Bapak Dr. Iwan Setya Putra, SE., AK., MM, selaku Wakil Ketua Bidang Sumber Daya, Humas dan Kerjasama STIE Kesuma Negara Blitar.
5. Bapak Tanto Askriyandoko Putro, S.E., MM selaku Ketua Progam Studi Manajemen.
6. Ibu Kristya Damayanti, S.E., MM selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Seluruh Dosen Pengajar yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.

Semoga segala kebaikan diberikan balasan yang lebih baik dari Allah SWT. Dan diharapkan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua. Amiin

Blitar, 08 Agustus 2024

Bangun Sri Rahayu

DAFTAR ISI

	Halaman
COVER	i
LEMBAR PERSEMBAHAN	ii
MOTTO	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	vi
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	vii
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
A. Landasan Teori.....	10
1. Manajemen Pemasaran.....	10
2. Konten <i>Marketing</i>	15
3. Live shopping	17
4. Online customer review	20
5. Keputusan Pembelian	22
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pemikiran.....	30
D. Hipotesis.....	32
BAB III	33
A. Rancangan Penelitian	33
B. Variabel Penelitian	33
C. Definisi Operasional Variabel.....	34
1. Konten Marketing	34

2. <i>Live shopping</i>	35
3. Online customer review	37
4. Keputusan Pembelian	39
D. Instrument Penelitian	41
E. Populasi dan Sampel	43
1. Populasi	43
2. Sampel	43
F. Metode Pengumpulan Data	45
1. Data Primer	45
2. Data Sekunder	45
G. Teknik Analisis Data	46
1. Uji Instrument	46
2. Uji Asumsi Klasik	48
3. Analisis Regresi Linier Berganda	49
4. Uji Hipotesis	50
5. Koefisien Determinasi (R Square / R ²)	51
BAB IV	52
A. Hasil Penelitian	52
1. Hasil Analisis Deskriptif	53
2. Hasil Analisis Data yang Digunakan	59
3. Hasil Uji Hipotesis	69
B. Pembahasan Hasil Penelitian	72
1. Pengaruh konten <i>marketing</i> terhadap keputusan pembelian	72
2. Pengaruh <i>live shopping</i> terhadap keputusan pembelian	73
3. Pengaruh online customer review terhadap keputusan pembelian	75
BAB V	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN	84

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3. 1 Tabel Skala Likert	43
Tabel 4. 1 Asal Daerah.....	55
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	55
Tabel 4. 3 Profesi Responden.....	56
Tabel 4. 4 Jenis kelamin.....	57
Tabel 4. 5 Frekuensi pengguna Tiktok.....	57
Tabel 4. 6 Frekuensi pembelian Tiktok Shop	58
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif	53
Tabel 4. 8 Hasil Uji Validitas.....	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Reabilitas	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas	62
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskidastisitas	63
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 4. 14 Hasil Pengolahan Uji T	66
Tabel 4. 15 Hasil Pengolahan Uji F	67
Tabel 4. 16 Hasil Pengolahan Uji R2.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Tiktok Aplikasi yang Sering diunduh di Indonesia.....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	31

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Jadwal Penelitian	85
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 3 Data Responden.....	92
Lampiran 4 Hasil Uji Karakteristik Responden	97
Lampiran 5 Hasil Uji Statistik Deskriptif	99
Lampiran 6 Hasil Uji Instrumen	100
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik	105
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	106
Lampiran 9 Hasil Uji Hipotesis.....	107
Lampiran 10 Nilai T tabel dan F Tabel.....	108