

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TIKTOK *SHOP* di SURABAYA**



Oleh:

AISHA AULIA PUTRI

NPM: 21.1.02.80166

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TIKTOK *SHOP* di SURABAYA**



Oleh:

AISHA AULIA PUTRI

NPM: 21.1.02.80166

Program Studi: Manajemen

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TIKTOK *SHOP* di SURABAYA**

**Skripsi Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi: Manajemen
Konsentrasi Manajemen Pemasaran**



Oleh:

AISHA AULIA PUTRI

NPM: 21.1.02.80166

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA (STIESIA)

SURABAYA

2025

PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *TIKTOK SHOP* DI SURABAYA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

AISHA AULIA PUTRI

NPM: 21.1.02.80166

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji

Pada Tanggal 22 Maret 2025

Susunan Tim Penguji :

Ketua : Prof. Dr. Suwitho, M.Si.

Anggota : 1. Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M.

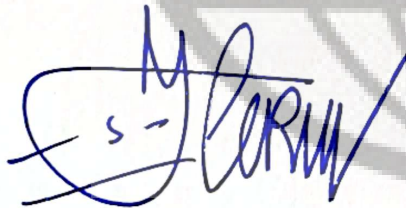
2. Dr. Firdaus Marsahala Sitohang, S.E., M.M.

Dinyatakan Memenuhi Syarat dan Diterima

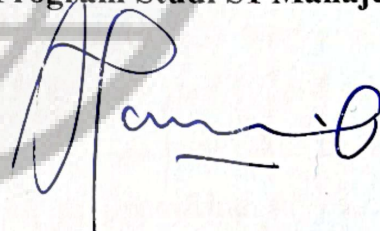
Oleh :

Dosen Pembimbing

Ketua Program Studi S1 Manajemen



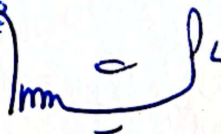
Dr. Heru Suprihhadi, M.S., C.P.M.



Prof. Dr. Suwitho, M.Si.



Ketua STIESIA



Prof. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M.Si., Ak., CA.

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : **AISHA AULIA PUTRI**

NPM : **21.1.02.80166**

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *TIKTOK SHOP SURABAYA*

Dan diajukan untuk diuji pada tanggal 22 Maret 2025, adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin, atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau symbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan pada penulis aslinya.

Apabila saya melakukan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya ternyata melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya batal saya terima.

Surabaya, 22 Maret 2025

Yang membuat pernyataan,


AISHA AULIA PUTRI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. MAHASISWA

Nama : Aisha Aulia Putri
NPM : 2110280166
Program Studi : S1 Manajemen
Agama : Islam
Jumlah Saudara/ Anak Ke : 2/1
Alamat Rumah : Perumahan Quality Riverside Blok C5 No.16
Status : Mahasiswa

B. ORANG TUA

Nama : Basirudin
Alamat Rumah : Perumahan Quality Riverside Blok C5 No.16
Pekerjaan : Wiraswasta

C. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamat SD di SDN Jemur Wonosari II Tahun 2015
2. Tamat SMP di SMP Kemala Bhayangkari 1 Tahun 2018
3. Tamat SMA di SMA Al – Islam Krian Tahun 2021
4. Pendidikan Tinggi (PT)

Nama PT	Tempat	Semester	Tahun	Keterangan
STIESIA	Jl. Menur Pumpungan No. 30 Surabaya	I - VII	2021 - 2025	

D. RIWAYAT PEKERJAAN

Tahun	Bekerja	Pangkat/Golongan	Jabatan
-	-	-	-

Dibuat dengan sebenarnya

Aisha Aulia Putri

KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji Syukur kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**PENGARUH *CONTENT MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKTOK *SHOP* di SURABAYA**” sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan program studi S1 Manajemen dan memperoleh gelar sarjana Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan doa dari berbagai pihak yang terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Nur Fadrijh Asyik, S.E., M. Si., Ak., CA, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
2. Prof. Dr. Suwitho, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
3. Dr. Heru Suprihhadi, M.S.,C.P.M. selaku dosen pembimbing yang telah membantu dan meluangkan waktu untuk penulis serta memberikan banyak arahan perihal pengerjaan skripsi ini..
4. Bapak dan ibu dosen, yang telah mengajar dan mendidik sehingga. mendapatkan bekal ilmu yang penulis terapkan ilmu tersebut dalam. penyusunan skripsi ini selama menempuh bangku perkuliahan.
5. Kedua orang tua penulis yang tercinta bernama Bapak Basirudin dan Ibu Desi

Octavia Asmar yang senantiasa memberikan doa, dukungan, serta semangat kepada saya. Serta banyak sekali berkorban untuk memberikan bantuan dalam perkuliahan yang saya tempuh baik dari bantuan materi hingga motivasi yang membuat saya semangat menyelesaikan skripsi ini.

6. Untuk teman-teman seperjuangan saya STIESIA Angkatan 21 yang telah menemani sedih dan senang nya ketika berada di kampus.
7. Untuk sahabat saya Nailah, Della dan Diva yang telah menemani dan menghibur serta memberi semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak memberikan bantuan dan dukungan selama proses penulis skripsi ini saya ucapkan terimakasih.

Dalam penyusunan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kerendahan hati pembaca dalam memberikan kritik dan saran untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi para pembaca, terimakasih.

Surabaya, 22 Maret 2025

AISHA AULIA PUTRI

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR SKRIPSI	i
HALAMAN SAMPUL DALAM SKRIPSI	ii
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI	v
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB 1 : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
BAB 2 : TINJAUAN TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS ...	11
2.1 Tinjauan Teoritis	11
2.1.1 Pemasaran.....	11
2.1.2 Keputusan Pembelian	12
2.1.3 <i>Content Marketing</i>	15
2.1.4 <i>Online Customer Review</i>	20
2.1.5 Harga	24
2.2 Kerangka Konseptual	34
2.3 Pengembangan Hipotesis	34

2.3.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	34
2.3.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	35
2.3.3 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	36
BAB 3 : METODE PENELITIAN	38
3.1 Jenis Penelitian dan Gambaran dari Populasi (Objek) Penelitian	38
3.1.1 Jenis penelitian	38
3.1.2 Gambaran Populasi Penelitian.....	38
3.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.2.1 Penentuan Jumlah Sampel	39
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.3.1 Jenis Data.....	40
3.3.2 Sumber Data	40
3.3.3 Teknik Pengumpulan Data	41
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	42
3.4.1 Variabel	42
3.4.2 Definisi Operasional Variabel	42
3.5 Teknik Analisis Data.....	44
3.5.1 Uji Instrumen Data	44
3.5.2 Uji Asumsi Klasik	45
3.5.3 Analisis Regresi Linear Berganda	46
3.5.4 Uji Kelayakan Model.....	47
3.5.5 Pengujian Hipotesis (Uji t)	48
BAB 4 : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1 Hasil Penelitian	49
4.1.1 Gambaran Umum dan Obyek Penelitian.....	49
4.1.2 Deskripsi Hasil Penelitian	50
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.1.4 Uji Instrumen Penelitian.....	58
4.1.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	60
4.1.6 Uji Asumsi Klasik	63

4.1.7 Uji Kelayakan Model.....	66
4.2 Pembahasan	69
4.2.1 <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	69
4.2.2 <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	70
4.2.3 Harga Terhadap Keputusan Pembelian	71
BAB 5 : PENUTUP	72
5.1 Simpulan.....	72
5.2 Keterbatasan	72
5.3 Saran.....	73
JADWAL PENELITIAN	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	77



DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1 Penelitian Terdahulu	28
2 Frekuensi Jenis Kelamin	50
3 Frekuensi Usia Responden.....	51
4 Frekuensi Pendapatan Perbulan	52
5 Frekuensi Penggunaan TikTok Shop	52
6 Tanggapan Responden terhadap Content Marketing	54
7 Tanggapan Responden terhadap Online Customer Review.....	55
8 Tanggapan Responden terhadap Harga.....	56
9 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian	57
10 Uji Validitas	59
11 Uji Reliabilitas	60
12 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	61
13 Hasil Uji Normalitas	63
14 Hasil Uji Multikolinieritas	64
15 Hasil Uji f.....	66
16 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	67
17 Hasil Uji t.....	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
Grafik Pengguna Aplikasi Tiktok di Dunia 2024	2
Grafik Presentase Media Sosial Terbanyak 2024	3
Penilaian Produk di Tiktok <i>Shop</i>	6
Kerangka Pemikiran.....	34
Grafik Uji Normalitas	64
Grafik <i>Scatterplot</i> Heteroskedastisitas.....	65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Hal
1 Kuesioner Penelitian.....	77
2 Tabulasi Data Kuesioner	83
3 Hasil Output Spss	86
4 Tanggapan Responden	88
5 Hasil Analisis Data.....	95
6 Surat Tugas Bimbingan Skripsi.....	103
7 Surat Konsultasi Bimbingan.....	104
8 Surat Ijin Riset.....	105
9 Sertifikat Seminar Hasil	106
10 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	107
11 Berita Acara Skripsi	110