

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, KUALITAS PRODUK
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK
SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S1)*



Disusun Oleh :

SUSIANA DEWI PFRASISKA

Nomor Pokok : K.2019.1.35042

Jurusan : Manajemen

Program Studi : Marketing

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEWARA

MALANG

2023

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, KUALITAS PRODUK
DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK
SKRIPSI**

*Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S1)*



Oleh :

SUSIANA DEWI PFRASISKA

K.2019.1.35042

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE)

MALANGKUÇEÇWARA

MALANG

2023

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH CONTENT MARKETING, KUALITAS PRODUK, DAN POTONGAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Oleh :

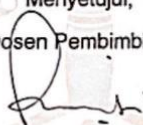
SUSIANA DEWI PRASISKA

K.2019.1.35042

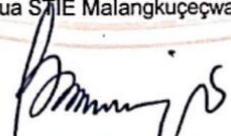
Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

11 Agustus 2023 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


RINA IRAWATI, SE, MM

Mengetahui,
Ketua STIE Malangkuççwara


Drs. BUNYAMIN, M.M., Ph.D
NIK 202.710.182

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Skripsi dibatalkan serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU nomor 20 tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70)

Malang, 28 Juli 2023

Susiana Dewi Prasiska

NPK: K.2019.1.35042

SURAT PERNYATAAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Nomor:0588.3/BAAK-RESEARCH/VII/2023

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : RINA IRAWATI, SE, MM
NIK : 202.710.292

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari:

Nama : SUSIANA DEWI PRASISKA
NPK : K.2019.1.35042
Program Studi : Manajemen
Alamat :
No HP :
E-mail : susianaucwiprasiska@gmail.com

menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkuçewara tersebut telah mengadakan riset dengan data diambil dari: mahasiswa STIE Malangkuçewara angkatan 2019 – 2020.

Data digunakan untuk menyelesaikan skripsi dengan judul:

“PENGARUH CONTENT MARKETING, KUALITAS PRODUK DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK”

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 28 Juli 2023
Dosen pembimbing skripsi,



(Rina Irawati, SE, MM)
NIK. 202.710.292

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, karena atas segala rahmat dan hidayahNya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kedua orangtua saya yang selalu memberi semangat, dukungan, motivasi serta doa yang selalu dipanjatkan.
3. Ibu Kolami, S.Pd selaku bude saya atas segala dukungan yang diberikan kepada saya selama masa perkuliahan di STIE Malangkuçewara.
4. Drs. Bunyamin, MM, Ph.D selaku ketua STIE Malangkuçewara Malang.
5. Ibu Rina Irawati, SE, MM, selaku dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing saya selama mengerjakan skripsi.
6. Drs. Sunarto, Ak., MM., CA selaku dosen wali yang sabar, memberi saran dan semangat.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen STIE atas bimbingan ilmu selama studi yang telah penulis jalani selama 4 tahun ini, dan juga segala bantuan ilmu yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Seluruh Staff dan Karyawan STIE Malangkuçewara Malang yang telah memberikan segala pelayanan dan mendukung dalam kegiatan perkuliahan penulis selama 4 tahun ini.
9. Miftakhul Falah, seseorang yang selalu menemani dalam keadaan suka maupun duka, yang selalu mendengarkan keluh kesah saya, mensupport dan menghibur saya. Terima kasih karena telah meluangkan waktunya, memberikan semangat untuk terus maju tanpa kenal kata menyerah.
10. Teman-teman saya, Tesalonika Juniar dan Stefani Herlian yang telah banyak membantu pada saat perkuliahan selama ini

11. Teman-teman kelas C Management yang telah menemani selama perkuliahan. Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah berpengaruh banyak dalam proses penelitian skripsi ini. Penulis mohon maaf dengan harapan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan umumnya kepada pembaca

Malang, 29 Juli 2023

Penulis,

Susiana Dewi Prasiska

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Content marketing, kualitas produk, dan potongan harga terhadap keputusan pembelian pada media sosial Tiktok. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik Purposive Sampling dimana berdasarkan perhitungan rumus slovin dan didapatkan hasil jumlah sampel sebanyak 180 responden mahasiswa STIE Malangkececwara. Data diperoleh dari data primer dengan kuesioner yang diberikan kepada responden dalam bentuk daftar pertanyaan dan diolah menggunakan SPSS. Hasil uji validitas dan reliabilitas membuktikan bahwa item pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini adalah valid dan reliabel. Hasil uji asumsi klasik membuktikan bahwa data penelitian ini telah lolos uji. Hasil uji regresi yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukann yaitu content marketing (X1) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan sebesar $0,008 < 0,05$, kualitas produk (X2) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$, potongan harga (X3) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, dan variabel potongan harga memiliki t hitung sebesar (5,177) $> t$ tabel (1.97353) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang berarti ada pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel potongan harga dengan keputusan pembelian.

Kata Kunci: Content Marketing; Kualitas Produk; Potongan Harga

ABSTRACT

This research aims to analyze the effect of content marketing, product quality, and discounts on purchasing decisions on Tiktok social media. This research is quantitative research. The sampling technique uses Purposive Sampling technique which is based on the calculation of the slovin formula and the results of the sample size are 180 respondents of STIE Malangkecwara students. Data obtained from primary data with a questionnaire given to respondents in the form of a list of questions and processed using SPSS. The validity and reliability test results prove that the statement items used in this study are valid and reliable. The classic assumption test results prove that this research data has passed the test. The regression test results obtained from the research that has been done, namely content marketing (X1) partially or individually has a significant effect on purchasing decisions (Y) a significant value of $0.008 < 0.05$, product quality (X2) partially or individually has a significant effect on purchasing decisions (Y) a significant value of $0.002 < 0.05$, discounts (X3) partially or individually has a significant effect on purchasing decisions (Y) a significant value of $0.000 < 0.05$, and the discount variable has a t count of $(5.177) > t$ table (1.97353) with a significant value of $0.000 < 0.05$, which means that there is a positive and significant influence between the discount variable and the purchase decision.

Keyword :Content Marketing; Kualitas Produk; Potongan Harga.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji Syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyajikan skripsi dengan judul “Pengaruh Content Marketing, Kualitas Produk dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Media Sosial Tiktok”.

Skripsi ini dibuat sebagai akhir dari rangkaian pembelajaran sekaligus sebagai salah satu syarat untuk memenuhi ujian sarjana di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) MalangkuçewaraMalang.

Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak sekali kekurangan dan keterbatasan dalam penyajian skripsi ini, meskipun penulis telah berusaha mengerahkan segala kemampuan yang dimiliki untuk lebih teliti. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini bermanfaat bagi yang membutuhkan.

Malang, 29 Juli 2023

Penulis,

Susiana Dewi Prasiska

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
SURAT PERNYATAAN RISET	v
LEMBAR RIWAYAT HIDUP	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
KATA PENGANTAR.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori.....	6
2.1.1 Social Media	6
2.1.2 Content Marketing	7
2.1.3 Kualitas Produk.....	11
2.1.4 Potongan Harga.....	12
2.1.5 Keputusan Pembelian	14
2.2 Tinjauan Peneitian Terdahulu	17
2.3 Model Konseptual Penelitian	20
2.4 Pengembangan Hipotesis	21
2.4.1 Pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian	21
2.4.2 Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.....	21
2.4.3 Pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian.....	22

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Sumber Data	23
3.3 Populasi dan Sampel	23
3.3.1 Populasi.....	23
3.3.2 Sampel	24
3.4 Variable, Operasional, dan Pengukuran.....	25
3.4.1 Variabel Penelitian	25
3.4.2 Operational Variabel	26
3.5 Pengukuran	27
3.6 Metode Pengumpulan Data	28
3.7 Metode Analisis Data	29
3.7.1 Uji Validitas	29
3.7.2 Uji Reliabilitas	29
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.7.3.1 Uji Normalitas	30
3.7.3.2 Uji Heteroskedastisitas.....	30
3.7.3.3 Uji Multikolinieritas.....	31
3.8 Uji Hipotesis.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	33
4.1.1 Gambaran Umum TikTok	33
4.2 Deskripsi Responden dan Variabel Penelitian.....	34
4.2.1 Deskripsi Data Responden.....	34
4.2.1.1 Angkatan Responden.....	34
4.2.1.2 Jenis Kelamin Responden	35
4.2.1.3 Umur Responden.....	35
4.3 Deskripsi Variabel Penelitian	36
4.3.1 Deskripsi Jawaban Item Variabel Content Marketing (X1).....	36
4.3.2 Deskripsi Jawaban Item Variabel Kualitas Produk (X2)	37
4.3.3 Deskripsi Jawaban Item Variabel Potongan Harga (X3)	39

4.3.4 Deskripsi Jawaban Item Variabel Keputusan Pembelian (Y)	40
4.4 Analisis Data.....	41
4.4.1 Uji Validitas	41
4.4.2 Uji Realibilitas	44
4.5 Pengujian Asumsi Klasik.....	44
4.5.1 Uji Normalitas.....	44
4.5.2 Uji Multikolinieritas	45
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	46
4.6 Uji Hipotesis.....	47
4.6.1 Uji T	47
4.7 Pembahasan	49
4.7.1 Pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian	49
4.7.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.7.3 Pengaruh Potongan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	50
BAB V PENUTUP	51
5.1 Kesimpulan.....	51
5.2 Kontribusi Penelitian	52
5.3 Keterbatasan Penelitian	53
5.4 Saran – saran	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Tabel Penelitian Terdahulu	17
Tabel 2 Tabel Indikator	26
Tabel 3 Tabel Skala Likert	28
Tabel 4.1 Angkatan Responden.....	34
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	35
Tabel 4.3 Umur Responden.....	35
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Item Variabel Content Marketing (X1)	36
Tabel 4.4 Deskripsi Jawaban Item Variabel Kualitas Produk (X2).....	37
Tabel 4.5 Deskripsi Jawaban Item Variabel Potongan Harga (X3).....	39
Tabel 4.6 Deskripsi Jawaban Item Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	40
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Content Marketing (X1)	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	42
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Potongan Harga (X3).....	43
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	43
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas	44
Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas	46
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	47
Tabel 4.12 Hasil Uji T	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Grafik Platform Media Sosial tahun 2022.....	2
Gambar 2. Model Konseptual	20

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN.....	57
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	58
Lampiran 2. Tabel Tabulasi	62
Lampiran 3. Output SPSS	87