

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Konsumen Produk Fashion Merek Nigoo)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

IRVA VIRDAUS JANA

Nomor Pokok : K.2020.5.35376

Jurusan : Manajemen

Program studi : Marketing

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi pada Konsumen Produk Fashion Merek Nigoo)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Disusun oleh :

IRVA VIRDAUS JANA

K.2020.5.35376

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI (STIE) MALANGKUÇEWARA

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

2024

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

SKRIPSI

PENGARUH CONTENT MARKETING DAN LIVE STREAMING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN PRODUK FASHION MEREK NIGOO)

Oleh :

IRVA VIRDAUS JANAH

K.2020.5.35376

Telah dipertahankan di depan dosen penguji pada tanggal :

05 Agustus 2024 dan dinyatakan LULUS

Menyetujui,

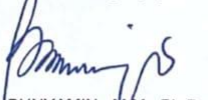
Dosen Pembimbing



Dr. RINA RAHMAWATI, S.E., M.M.

Mengetahui,

Ketua STIE Malangkuçeçwara



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

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

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, 24 Juli 2024

Mahasiswa



IRVA VIRDAUS JANAH

NPK: K.2020.5.35376

SURAT KETERANGAN RISET

SURAT KETERANGAN RISET

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dr. Rina Rahmawati, S.E., M.M.
NIK : 202.710.300

Sebagai dosen pembimbing skripsi dari

Nama : Irvya Virdaus Janah
NPK : K.2020.5.35376
Program Studi : Manaiemen
Alamat :

No HP :
Email :

Menerangkan bahwa mahasiswa STIE Malangkececwara tersebut telah melaksanakan pengumpulan data riset dengan menyebarkan kuisisioner (online) kepada responden yaitu semua pelanggan dari produk fashion merek Nigoo

Data yang diperoleh digunakan untuk menyelesaikan skripsi berjudul

"PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN PRODUK FASHION MEREK NIGOO)"

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 24 Juli 2024

Dosen Pembimbing Skripsi,



Dr. Rina Rahmawati, S.E., M.M.
NIK. 202.710.300

UCAPAN TERIMA KASIH

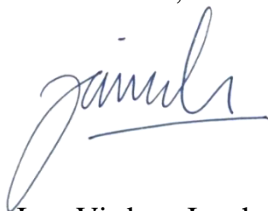
Penulis menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Drs. Bunyamin, M.M.,Ph.D selaku Ketua STIE Malangkuçewara Malang
2. Dra. Lindananti, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Malangkuçewara
3. Dra.RR. Widanarni Pudjiastuti, Ak., M.Si., CA,CPA selaku bagian Akademik STIE Malangkuçewara
4. Dr. Rina Rahmawati, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi
5. Rina Irawati, S.E., M.M. selaku pengurus CDC STIE Malangkuçewara.

Puji Syukur kepada Allah Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada orangtua. Pertama, ayah tercinta alm. Pujiono. Kedua, ibu tercinta Patemi. Ketiga, keluarga tercinta yakni Jepy, Riki, Bella, Rossa, Sabhira. Begitu juga dengan teman-teman penulis yang senantiasa menemani selama perkuliahan dan membantu dalam menyelesaikan skripsi hingga selesai yakni Ila Izza, Faradiza, Alex, Aditya, Putri, Monika, Femmy dan teman lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu. Ucapan terima kasih secara khusus penulis sampaikan kepada bapak dan ibu dosen STIE Malangkuçewara yang telah mengajar dan memberikan ilmunya kepada penulis dalam perkuliahan selama 4 tahun.

Malang, 24 Juli 2024

Penulis,



Irva Virdaus Janah

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan media digital telah membawa perubahan signifikan dalam industri fashion, termasuk strategi pemasaran yang digunakan oleh para pelaku usaha. *Content marketing* dan *live streaming* kini menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan penjualan produk fashion. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *content marketing* dan *live streaming* terhadap keputusan pembelian konsumen produk fashion merek Nigoo. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui google form. Data yang dianalisis sebanyak 65 responden yang merupakan konsumen aktif dan pengikut media sosial Nigoo, menggunakan rumus Hair. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen (*content marketing* dan *live streaming*) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) dengan bantuan SPSS 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *content marketing* maupun *live streaming* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Content marketing* berperan penting dalam memberikan informasi yang mendetail dan relevan kepada konsumen, sedangkan *live streaming* meningkatkan interaksi dan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Kata Kunci : *Content Marketing, Live Streaming, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The development of technology and digital media has brought significant changes in the fashion industry, including the marketing strategies used by businesses. Content marketing and live streaming are now effective tools to increase sales of fashion products. This study aims to determine the effect of content marketing and live streaming on consumer purchasing decisions for Nigoo branded fashion products. The research method used is quantitative method by distributing questionnaires to respondents via google form. The data analyzed were 65 respondents who are active consumers and social media followers of Nigoo, using the Hair formula. Data analysis was carried out using multiple linear regression to test the effect of each independent variable (content marketing and live streaming) on the dependent variable (purchase decision) with the help of SPSS 26. The results showed that both content marketing and live streaming had a positive and significant influence on purchasing decisions. Content marketing plays an important role in providing detailed and relevant information to consumers, while live streaming increases consumer interaction and trust in the products offered.

Keywords : *Content Marketing, Live Streaming, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR


Dengan memanjatkan puji syukur kepada ALLAH SWT, atas limpahan rahmat dan hidayah-Mu penulis dapat menyajikan skripsi yang berjudul: Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Streaming* terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Produk Fashion Merek Nigoo).

Penyusun menyampaikan banyak terima kasih yang mendalam atas dukungan, bimbingan, nasihat, dan doa tulus yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat selesai. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada banyak pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa hormat.

Penyusun menyadari bahwa dengan segala keterbatasan yang dimiliki, meskipun telah berusaha sebaik mungkin untuk teliti, masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu, penyusun sangat mengharapkan saran yang membangun agar tulisan ini dapat menjadi lebih baik lagi.

Malang, 24 Juli 2024

Penulis,



Irva Virdaus Janah

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
SURAT KETERANGAN RISET	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori	6
2.1.1 <i>Content Marketing</i>	6
2.1.2 <i>Live Streaming</i>	9
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	10
2.2 Tinjauan Empiris	12
2.3 Kerangka Konseptual	16
2.4 Pengembangan Hipotesis	16
2.4.1 Pengaruh <i>content marketing</i> terhadap keputusan pembelian.....	16
2.4.2 Pengaruh <i>live streaming</i> terhadap keputusan pembelian	17

BAB III.....	19
METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis Penelitian	19
3.2 Populasi dan Sampel	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel.....	19
3.3 Obyek dan Sumber Data Penelitian.....	20
3.4 Variabel, Operasionalisasi, dan Pengukuran	21
3.4.1 Operasionalisasi	21
3.4.2 Variabel	21
3.4.3 Pengukuran.....	22
3.5 Metode Analisis dan Pengumpulan Data	23
3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif	23
3.5.2 Pengujian Instrumen Penelitian.....	23
BAB IV	27
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	27
4.2 Gambaran Umum Responden.....	29
4.2.1 Jenis Kelamin	29
4.2.2 Usia Responden.....	29
4.2.3 Pekerjaan Responden	30
4.3 Gambaran Umum Jawaban Responden.....	30
4.4 Uji Statistik Deskriptif.....	32
4.5 Uji Validitas dan reliabilitas	33
4.5.1 Uji Validitas	33
4.5.2 Uji Reliabilitas	34
4.6 Uji Asumsi Klasik	34
4.6.1 Uji Normalitas	34
4.6.2 Uji Multikolinieritas.....	35
4.6.3 Uji Heteroskedastisitas.....	36
4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
4.8 Uji Kelayakan Model dan Hipotesis	38

4.9 Pembahasan	40
BAB V.....	43
PENUTUP.....	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	49
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 2 Tabel Tabulasi Responden.....	53
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	58
Lampiran 4 Hasil Uji	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Tabel Ringkasan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1	Data Operasional Variabel	21
Tabel 3. 2	Skala Likert	23
Tabel 4. 1	Responden berdasarkan Jenis Kelamin	29
Tabel 4. 2	Responden berdasarkan Usia	30
Tabel 4. 3	Responden berdasarkan Pekerjaan	30
Tabel 4. 4	Responden yang Mengetahui Merek Nigoo	31
Tabel 4. 5	Responden yang Mengetahui Content Nigoo	31
Tabel 4. 6	Responden yang Mengetahui Live Streaming Nigoo	31
Tabel 4. 7	Hasil Uji Statistik Deskriptif	32
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas	33
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas	34
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas	35
Tabel 4. 11	Hasil Uji Multikolinieritas	36
Tabel 4. 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas	36
Tabel 4. 13	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	37
Tabel 4. 14	Hasil Koefisien Determinasi	38
Tabel 4. 15	Hasil Uji T	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 – Media Sosial	2
Gambar 2. 1 - Kerangka Konseptual.....	16
Gambar 4. 1 – Content Nigoo	27
Gambar 4. 2 – Live Streaming Nigoo	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	49
Lampiran 2 Tabel Tabulasi Responden.....	53
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	58
Lampiran 4 Hasil Uji.....	60