

**SKRIPSI**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *INFLUENCER***

***MARKETING* TERHADAP *KEPUTUSAN PEMBELIAN***

***PRODUK SOMETHINC* OLEH PENGGUNA TIKTOK DI KOTA**

**BANJARMASIN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1) pada  
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

**FELIDA TIFANIE**  
**NIM: 1910412220043**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**BANJARMASIN**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN


PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *INFLUENCER MARKETING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC OLEH  
PENGGUNA TIKTOK DI KOTA BANJARMASIN

- A. Nama Mahasiswa : Felida Tifanie  
B. NIM : 1910412220043  
C. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis,  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

D. Tim Penguji:


a. Pembimbing

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB  
NIP. 197805242006042001

[..........]


b. Penguji I

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 197511052001122001

[..........]

c. Penguji II

Humaidi, S.AB, M.AB  
NIP. 199304212020121013

[..........]

Banjarmasin, 05 September 2024

Koordinator Program Studi  
Administrasi Bisnis

Ketua Pembimbing



Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 197511052001122001



Noor Hidayati, S.Sos, M.AB  
NIP. 197805242006042001



Mengetahui  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si  
NIP. 197301221998021001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 1192/UN8.1.13/KP.10.00/2024

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara/i :

1. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB
2. Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
3. Humaidi, S.AB, M.AB

Untuk menguji Skripsi mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung  
Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing*  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Oleh  
Pengguna Tiktok di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 21 Maret 2024  
J a m : 10.00 Wita s.d Selesai  
T e m p a t : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 14 Maret 2024  
Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si  
NIP 197301221998021001





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Kamis tanggal 21 bulan Maret tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 1192/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 14 Maret 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Oleh Pengguna Tiktok di Kota Banjarmasin  
Tempat Ujian : Ruang.Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)  
Waktu Ujian : 10.00 Wita s.d Selesai  
Nilai : 79 (A-)  
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

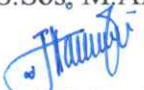


Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN  
Pada Tanggal : 21 Maret 2024

-----  
Tim Penguji,


Mahasiswa yang diuji,

Felida Tifanie

1. Ketua : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB  
(  )
2. Sekretaris : Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
(  )
3. Anggota : Humaidi, S.AB, M.AB  
(  )

Mengetahui/membenarkan :  
a.n. Dekan  
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



  
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 19751105 200112 2 001



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR NILAI RATA-RATA  
UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Oleh Pengguna Tiktok di Kota Banjarmasin

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Noor Hidayati, S.Sos, M.AB	79	
2.	Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB	79	
3.	Humaidi, S.AB, M.AB	79	
Jumlah		237	
Nilai Rata-rata		79	Nilai Akhir = A-

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 21 Maret 2024

-----

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR PENILAIAN UJIAN  
MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Drs. Sugiharto, M.S  
Jabatan : Dosen FISIP ULM  
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing*  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Oleh  
Pengguna Tiktok di Kota Banjarmasin

No.	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1.	Materi Skripsi		30%
2.	Penulisan Skripsi		
3.	Presentasi Skripsi		60%
4.	Pengetahuan Umum		10%
Jumlah			
Nilai		= 79	

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 21 Maret 2024  
Ketua/Anggota Tim Penguji,

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A –	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B –	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR PENILAIAN UJIAN  
MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
Jabatan : Dosen FISIP ULM  
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji


Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Oleh Pengguna Tiktok di Kota Banjarmasin

No.	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1.	Materi Skripsi		30%
2.	Penulisan Skripsi		
3.	Presentasi Skripsi	79	60%
4.	Pengetahuan Umum		10%
Jumlah			
Nilai		=	

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 21 Maret 2024  
Ketua/Anggota Tim Penguji,

  
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 – 100	A	4,00
77 – 79	A-	3,75
75 – 76	B+	3,50
70 – 74	B	3,00
66 – 69	B-	2,75
61 – 65	C+	2,50
55 – 60	C	2,00
50 – 54	D+	1,50
40 – 49	D	1,00
0 – 39	E	0



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR PENILAIAN UJIAN  
MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Humaidi, S.AB, M.AB  
Jabatan : Dosen FISIP ULM  
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Oleh Pengguna Tiktok di Kota Banjarmasin

No.	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1.	Materi Skripsi		30%
2.	Penulisan Skripsi		
3.	Presentasi Skripsi		
4.	Pengetahuan Umum		
Jumlah			
Nilai		=	

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 21 Maret 2024  
Ketua/Anggota Tim Penguji,

Humaidi, S.AB, M.AB

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI  
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing*  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Somehinc* Oleh  
Pengguna Tiktok di Kota Banjarmasin

Nama Penguji I : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang	}	
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori		
3.	Metode Penelitian		Perbaiki sesuai arahan * catatan pd skripsi
4.	Hasil dan Pembahasan		
5.	Lain-lain		

Banjarmasin, 21 Maret 2024  
Penguji I,

Noor Hidayati, S.Sos, M.AB



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI  
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Somethinc* Oleh Pengguna Tiktok di Kota Banjarmasin

Nama Penguji III : Humaidi, S.AB, M.AB

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)	
1.	Latar Belakang	- LB disusun lg baik. - variabel Y (keputusan pembelian) di kelaskan.
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	- Penelitian sudah semua di buat pd kausalitas.
3.	Metode Penelitian	-
4.	Hasil dan Pembahasan	- Hasil Analisis di susunkan - Pembahasan di susunkan (pengaruh & kausalitasnya).
5.	Lain-lain	- DP di susunkan susunan menday. - judul & isi di susunkan



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123  
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI  
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Felida Tifanie  
NIM : 1910412220043  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing*  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Somehinc* Oleh  
Pengguna *Tiktok* di Kota Banjarmasin

Nama Penguji II : Hj.-Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)	
1.	Latar Belakang	- Tambahkan teori & data utle keputusan pembelian produk <i>somehinc</i> oleh pengguna <i>tiktok</i> di kota Banjarmasin
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	- Teori disesuaikan dengan permasalahan & variabel penelitian.
3.	Metode Penelitian	- Perbaiki kembali Rumus <i>Lamshow</i> utle standar error (kesalahan).
4.	Hasil dan Pembahasan	
5.	Lain-lain	- Saran disesuaikan sesuai dengan hasil angket/ <i>kuisioner</i>

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan juga salam senantiasa tercurah kepada Junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW yang mengantarkan manusia dari kegelapan ke zaman yang terang benderang. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat-syarat untuk bisa mencapai gelar Sarjana Administrasi Bisnis di Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari mengenai penulisan ini tidak bisa terselesaikan tanpa pihak-pihak yang mendukung baik secara moril dan juga materil. Maka, penulis menyampaikan banyak-banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sekaligus dosen pembimbing yang telah memberikan ide, saran, bimbingan, nasehat, semangat serta dorongan kepada penulis dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak Dr. Setio Utomo, S.Sos, MM selaku dosen penasihat akademik yang telah meluangkan waktu dan banyak memberikan masukan, membimbing serta memberikan arahan yang bermanfaat bagi penulis selama perkuliahan.
5. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ide, saran, bimbingan, nasehat, semangat serta dorongan kepada penulis dan bersedia meluangkan waktu untuk mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Humaidi S.AB, M.AB selaku dosen penguji II yang telah meluangkan waktu dan banyak memberikan masukan, koreksi serta arahan yang bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing dan memberikan ilmu yang bermanfaat sebagai bekal penulis dalam menjalani kehidupan pada masa yang akan datang.
8. Seluruh Staf Tata Usaha (BAAK) dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis yang telah membantu kelancaran studi selama penulis menuntut ilmu.
9. Semua pihak yang turut membantu baik tenaga, pikiran serta doa selama penyusunan skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang penulis buat ini masih jauh dari sempurna hal ini karena terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan adanya saran dan masukan bahkan kritik membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi para pembaca dan pihak-pihak khususnya dalam bidang Administrasi Bisnis.

Banjarmasin, Agustus 2024  
Penulis,

Felida Tifanie

## Lembar Persembahan

Saya sangat bersyukur karena telah bisa menyelesaikan skripsi ini meskipun ada banyak tantangan dan rintangan yang telah saya lalui. Di sini saya ingin mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya untuk diri saya sendiri karena telah berjuang dan berusaha agar skripsinya selesai. Saya yakin beberapa teman yang tengah mengerjakan skripsi sekarang memiliki kesulitannya masing-masing, seperti saya yang berusaha sendirian untuk mengerjakan serta menyelesaikan tugas akhir ini. Saya mengerti bebannya tidak hanya pendidikan akademis melainkan ada beban mental lainnya karena mengerjakannya seorang diri tanpa support orang terdekat terutama keluarga. Lembar persembahan ini saya tuju untuk teman-teman yang tengah berjuang sendirian dikala menyelesaikan skripsi. Tidak dipungkiri jika kesepian dan kesendirian adalah hal yang menyakitkan, tetapi bersemangatlah, berjuanglah, ketika kamu berhasil menyelesaikan skripsi ini, kamu akan merasakan kebahagiaan yang melimpah, kamu akan bersyukur dan memaknai prosesmu sampai hari ini. Tetap semangat dan carilah tujuan yang sederhana agar kita semua bisa bertahan.

Selama saya mengerjakan skripsi tentu saya juga banyak dibantu oleh teman-teman saya angkatan 19 yang sama-sama berjuang untuk sebuah gelar, berjuang untuk sebuah kebanggaan. Saya ucapkan terima kasih kepada semua sahabat-sahabat saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Saya sangat bersyukur memiliki kalian di hidup saya terutama disaat proses menyelesaikan skripsi. Semoga kita semua bisa sukses dan menggapai impian kita masing-masing.

Tak lupa saya ucapkan terima kasih kepada *Oda-sensei* yang telah menciptakan One Piece karena selama menggarap skripsi ini, kurang lebih setengah tahun saya ditemani oleh tontonan One Piece. Karakter Luffy memberikan saya semangat dan keberanian untuk menyelesaikan studi saya. Serta pihak-pihak yang mendukung saya lainnya yang tidak bisa saya ucapkan masing-masing, saya sangat berterima kasih.

## **PERNYATAAN ORISINALITAS**

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi pustaka adalah hasil dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akadeik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dsen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah disitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, 04 September 2024

Felida Tifanie  
1910412220043



## ABSTRAK

Felida Tifanie, 1910412220043, 2024. Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Oleh Pengguna TikTok di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Noor Hidayati.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji Pengaruh signifikan secara parsial dan simultan *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Oleh Pengguna TikTok di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan populasi penelitian merupakan konsumen yang pernah membeli produk Somethinc yang berlokasi di kota Banjarmasin. Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini yakni *purposive sampling* dengan perolehan sampel sebanyak 100 responden. Kuesioner digunakan untuk pengumpulan data dan analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS versi 29.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian produk Somethinc oleh pengguna Tiktok di kota Banjarmasin.

**Kata Kunci:** *Somethinc*, *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian.

## **ABSTRACT**

*Felida Tifanie, 1910412220043, 2024. The Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on the Decision to Purchase Somethinc Products by TikTok Users in Banjarmasin City, under the guidance of: Noor Hidayati.*

*This study aims to determine and test the significant partial and simultaneous effects of content marketing and influencer marketing on purchasing decisions for Somethinc products by TikTok users in Banjarmasin City.*

*This study uses a quantitative approach with the research population being consumers who have purchased Somethinc products located in Banjarmasin city. The sampling technique used in this study was purposive sampling with a sample size of 100 respondents. The questionnaire was used for data collection and data analysis using multiple linear regression with SPSS version 29.*

*The results of this study prove that Content Marketing and Influencer Marketing have a significant effect on Purchasing Decisions for Somethinc products by Tiktok users in Banjarmasin city.*

**Keywords:** *Somethinc, Content Marketing, Influencer Marketing, Purchasing Decisions.*

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	17
1.3 Tujuan Penelitian .....	18
1.4 Manfaat Penelitian .....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	19
2.1 Landasan Teori .....	19
2.1.1 Perilaku Konsumen .....	19
2.1.2 <i>Content Marketing</i> .....	23
2.1.3 <i>Influencer Marketing</i> .....	36
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	44
2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	51
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian .....	56
2.3.1 Hipotesis Penelitian .....	56
2.3.2 Model Penelitian .....	59
BAB III METODE PENELITIAN .....	60
3.1 Pendekatan Penelitian .....	60
3.2 Desain Penelitian .....	60
3.3 Lokasi Penelitian .....	60
3.4 Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling .....	61
3.4.1 Populasi .....	61
3.4.2 Besar Sampel .....	61

3.4.3 Teknik Sampling.....	62
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	63
3.5.1 <i>Content Marketing</i> (X1).....	63
3.5.2 <i>Influencer Marketing</i> (X2).....	65
3.5.3 Keputusan Pembelian (Y).....	67
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	72
3.7 Teknik Analisis Data .....	72
3.7.1 Skala Pengukuran.....	72
3.7.2 Deskriptif Statistik .....	73
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	73
3.7.4 Uji Asumsi Klasik.....	75
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	77
3.7.6 Uji Hipotesis .....	78
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	81
4.1 Karakteristik Responden.....	81
4.1.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	81
4.1.2 Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	82
4.1.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	82
4.1.4 Karakteristik Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan Perbulan Responden .....	83
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	84
4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i> (X1) ...	85
4.2.2 Analisis Statistik Deskriptif Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X2). 90	
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).. 94	
4.3 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	99
4.3.1 Hasil Uji Validitas.....	99
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	100
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	101
4.4.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	101
4.4.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	104
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	105

4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	107
4.6 Pengujian Hipotesis .....	108
4.6.1 Uji Parsial (uji t).....	109
4.6.2 Uji simultan (uji F).....	110
4.6.3 Koefisien Determinasi (KD).....	111
BAB V PEMBAHASAN HASIL .....	113
5.1 Pembahasan .....	113
5.1.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian ....	113
5.1.2 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.	114
5.1.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	115
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	116
5.2.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian ....	116
5.2.2 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.	118
5.2.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	119
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	121
BAB VI PENUTUP .....	122
6.1 Kesimpulan.....	122
6.2 Saran .....	122
DAFTAR PUSTAKA .....	125
LAMPIRAN.....	127

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
Tabel 3. 1	Definisi Operasional Variabel.....	69
Tabel 3. 2	Kategori pembobotan skala likert .....	73
Tabel 3. 3	Pedoman Koefisiensi Determinan.....	80
Tabel 4. 1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden .....	81
Tabel 4. 2	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	82
Tabel 4. 3	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden .....	83
Tabel 4. 4	Karakteristik Berdasarkan Uang Saku/Pendapatan Perbulan Responden.....	84
Tabel 4. 5	Distribusi Frekuensi Variabel Content Marketing .....	85
Tabel 4. 6	Distribusi Frekuensi Variabel Influencer Marketing .....	91
Tabel 4. 7	Deskriptif Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	94
Tabel 4. 8	Hasil Uji Validitas.....	99
Tabel 4. 9	Hasil Uji Reliabilitas.....	101
Tabel 4. 10	Hasil Uji Normalitas .....	104
Tabel 4. 11	Hasil Uji Multikolinieritas .....	105
Tabel 4. 12	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	106
Tabel 4. 13	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	107
Tabel 4. 14	Hasil Uji t.....	109
Tabel 4. 15	Hasil Uji F Hitung.....	111
Tabel 4. 16	Nilai Koefisien Determinasi.....	112

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
Gambar 1. 1	Data 10 brand skincare terlaris di E-Commerce tahun 2022 .....	2
Gambar 1. 3	Content Marketing oleh produk Somethinc .....	10
Gambar 1. 4	Konten dari Influencer .....	15
Gambar 2. 1	Data brand skincare yang paling banyak ditonton pada aplikasi Tiktok tahun 2021 .....	5
Gambar 2. 2	Tahap proses keputusan pembelian konsumen .....	46
Gambar 2. 3	Model Penelitian .....	59
Gambar 4. 1	Grafik Histogram (Model Analisis Grafik).....	103
Gambar 4. 2	Hasil Uji Normalitas.....	103
Gambar 4. 3	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	106
Gambar 5. 1	Model Akhir Penelitian .....	120