

SKRIPSI

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* WARDAH DI BANJARMASIN

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

Oleh :
AMELIA RAHAYU
NIM : 1710412620003



UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2024

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* WARDAH DI BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Amelia Rahayu

NIM : 1710412620003

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat

C. Tim Penguji :

a. Ketua

(Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA)
NIP. 196701131994031001


[.....]

b. Sekretaris

(Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si)
NIP. 197104201999031001)


[.....]

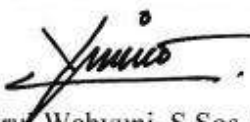
c. Anggota

(M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM)
NIP. 197604142001121003


[.....]

Banjarmasin, 16 Juli 2024

KPS Administrasi Bisnis


Nurul Wahyuni, S.Sos, M.A.B
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
NIP.196701131994031001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat


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 Jum'at tanggal 28 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 872/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 21 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Amelia Rahayu
NIM : 1710412620003
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Banjarmasin

Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 11.00
Nilai : 79,66 (A-)
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~


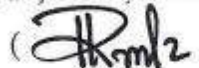

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 28 Juni 2024

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Amelia Rahayu

1. Ketua : Dr. Fitriyadi, M.Pd, CRGP, CTIA
()
2. Sekretaris : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()
3. Anggota : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()

Mengetahui/membenarkan :

a.n. Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



Hj. Nural 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 PENILAIAN UJIAN
MEMPERTAHANKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
Jabatan : Dosen FISIP ULM
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Amelia Rahayu
NIM : 1710412620003
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Banjarmasin

No.	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1.	Materi Skripsi		30%
2.	Penulisan Skripsi		
3.	Presentasi Skripsi		60%
4.	Pengetahuan Umum		10%
Jumlah		70	
Nilai		=	

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 28 Juni 2024
Ketua/Anggota Tim Penguji,

Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA

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 : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
Jabatan : Dosen FISIP ULM
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Amelia Rahayu
NIM : 1710412620003
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Banjarmasin

No.	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1.	Materi Skripsi		30%
2.	Penulisan Skripsi		
3.	Presentasi Skripsi		60%
4.	Pengetahuan Umum		10%
Jumlah		80	
Nilai		=	

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 28 Juni 2024
Ketua/Anggota Tim Penguji,

Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

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 : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
Jabatan : Dosen FISIP ULM
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Amelia Rahayu
NIM : 1710412620003
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Banjarmasin

No.	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1.	Materi Skripsi		30%
2.	Penulisan Skripsi		
3.	Presentasi Skripsi		60%
4.	Pengetahuan Umum		10%
Jumlah		80	
Nilai		=	

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 28 Juni 2024
Ketua/Anggota Tim Penguji,

M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

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 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 : Amelia Rahayu
NIM : 1710412620003
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Wardah di Banjarmasin

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA	79	
2.	Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si	80	
3.	M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM	80	
Jumlah		239	
Nilai Rata-rata		79,66	Nilai Akhir = A -

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 28 Juni 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

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah subhanawata'alla yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah-Nya, serta shalawat salam kepada Baginda Nabi Besar Muhammad Sholalahualaihi Wassallam, yang tak pernah berhenti memikirkan umatnya, semoga diri ini termasuk didalam umatmu Ya Rasulullah dan mendapat syafaat Mu kelak. Atas kodirat dan iradatMu jualah Ya Rabb, peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wardah Di Banjarmasin.” Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Dalam penyelesaian skripsi ini banyak dibantu oleh berbagai pihak, oleh karena itu dengan segala kerendahan diri penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya terutama kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E, M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
5. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP selaku Dosen Pembimbing yang sudah memberikan masukan, saran, nasehat, dan dukungan kepada penulis sejak awal pembuatan skripsi sampai terselesaikannya Skripsi ini.
6. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M,Si selaku Dosen Penguji I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
7. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan saran dan masukan dalam penulisan skripsi ini.
8. Seluruh dosen beserta Staff Program studi Ilmu Administrasi yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis.
9. Kedua orang tua penulis yang telah sangat banyak memberikan dukungan moral maupun materil sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
10. Teman-teman serta orang terdekat penulis yang selalu memberi dukungan kepada penulis

Penulis menyadari bahwa skripsi ini, masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Banjarmasin, 16 Juli 2024



Amelia Rahayu

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Rabbil Aalamin, sujud serta syukur kepada Allah SWT.
Terimakasih atas karunia-Mu yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk Kedua Orang Tua Saya Bapak Mahyuni dan Ibu Siti Hafsa yang telah memberikan dukungan tiada henti dan senantiasa menyayangi. Saya tidak akan pernah melupakan pengorbanan kalian. Terimakasih sudah menjadi orang tua yang sangat baik. Untuk adik kandung penulis, Nafis, Abi dan Azzam yang sudah memberikan warna di hidup saya.

Kepada sahabat penulis, Aya yang sudah memberikan dukungan, motivasi dan semangat untuk tidak menyerah sehingga penulis bisa berada di titik ini. Terimakasih sudah senantiasa memberikan ruang untuk berkeluh kesah dan saling berbagi pengalaman hidup.

Kepada teman-teman saya tersayang, Alen, Akhlisa dan teman-teman kost ade, Ririn, Eka, Rahma, Rina, Leha yang sudah memberikan warna selama masa perkuliahan hingga sekarang. Terimakasih atas segala dukungan yang telah kalian berikan.

Untuk teman dekat penulis, Tasya, Arin, Salsa, Rima, Ocha, Nuri dan Indri. Terimakasih telah hadir di hidup saya yang sudah memberikan motivasi, semangat serta candaan dan warna di hidup saya hingga sekarang.

Dan terakhir untuk Amel, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terimakasih sudah terus berusaha, tidak menyerah dan tetap kuat serta senantiasa bersabar dan menerima setiap proses-Nya. Terimakasih telah menjadi manusia yang hebat yang dibentuk dari berbagai macam badai dan rintangan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen 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 di sitasi 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, 16 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,


Amelia Rahayu
1710412620003

ABSTRAK

Amelia Rahayu, 1710412620003, 2024, Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wardah Di Banjarmasin. Dibimbing oleh Fitriyadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wardah di Banjarmasin.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, desain penelitian ini adalah *survey* dengan tipe eksplanatori. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik insidental *sampling*, sehingga diperoleh 50 responden yang dijadikan sampel penelitian menggunakan rumus Ferdinand. Data yang digunakan diambil dari kuesioner. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) *Content Marketing* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wardah di Banjarmasin, 2) *Influencer Marketing* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wardah di Banjarmasin, 3) *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Wardah di Banjarmasin.

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

ABSTRACT

Amelia Rahayu, 1710412620003, 2024, The Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on Purchasing Decisions for Wardah Skincare Products in Banjarmasin. Supervised by Fitriyadi.

This research aims to determine and test Content Marketing and Influencer Marketing which partially and simultaneously have a significant influence on Purchasing Decisions for Wardah Skincare Products in Banjarmasin.

This research is quantitative research, the research design is a survey with an explanatory type. Sampling in this research used an incidental sampling technique, so that 50 respondents were obtained as research samples using the Ferdinand formula. The data used was taken from a questionnaire. Data analysis uses multiple linear regression analysis.

The research results show that 1) Content Marketing has a partially significant effect on the decision to purchase Wardah skincare products in Banjarmasin, 2) Influencer Marketing has a partially significant effect on the decision to purchase Wardah skincare products in Banjarmasin, 3) Content Marketing and Influencer Marketing have a simultaneous significant effect on Decision to Purchase Wardah Skincare Products in Banjarmasin.

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
BERITA ACARA	ii
DAFTAR PENILAIAN SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR	vii
LEMBAR PERSEMBAHAN	ix
PERNYATAAN ORISINALITAS	x
ABSTRAK	xi
<i>ABSTRACT</i>	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	16
1.3 Tujuan Penelitian	16
1.4 Manfaat Penelitian	17
BAB II.....	18
TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Pemasaran	18
2.1.1 Definisi Pemasaran.....	18
2.1.2 Definisi Manajemen Pemasaran.....	19
2.1.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	20
2.1.4 Bauran Pemasaran	21
2.2 Perilaku Konsumen.....	22
2.2.1 Definisi Perilaku Konsumen.....	22
2.2.2 Pendekatan dalam Perilaku Konsumen.....	23
2.3 <i>Content Marketing</i>	24
2.3.1 Definisi <i>Content Marketing</i>	24
2.3.2 Faktor Pembuat <i>Content Marketing</i>	26
2.3.3 Indikator <i>Content Marketing</i>	26
2.4 <i>Influencer Marketing</i>	27
2.4.1 Definisi <i>Influencer Marketing</i>	27
2.4.2 Manfaat <i>Influencer Marketing</i>	28
2.4.3 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	30
2.5 Keputusan Pembelian	32
2.5.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	32
2.5.2 Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	32
2.5.3 Dimensi Keputusan Pembelian	34
2.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	35
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu	36
2.7 Model dan Hipotesis Penelitian	40
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1 Pendekatan Penelitian	45
3.2 Desain Penelitian	45

3.3	Lokasi Penelitian	45
3.4	Populasi, Besar Sampel dan Teknik Sampling	46
3.4.1	Populasi	46
3.4.2	Besar Sampel.....	46
3.4.3	Teknik Sampling	47
3.5	Definisi Operasional Variabel	47
3.6	Teknik Pengumpulan Data	51
3.6.1	Data Primer	52
3.6.2	Data Sekunder.....	52
3.7	Teknik Analisa Data	52
3.7.1	Skala Pengukuran	52
3.7.2	Deskriptif Statistik	53
3.7.3	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.7.3.1	Uji Validitas	54
3.7.3.2	Uji Reliabilitas.....	55
3.7.4	Uji Asumsi Klasik.....	55
3.7.4.1	Uji Normalitas	55
3.7.4.2	Uji Multikolinieritas	56
3.7.4.3	Uji Heteroskedastisitas	56
3.7.5	Analisis Regresi Linier Berganda	57
3.7.6	Alat Uji Hipotesis	58
3.7.6.1	Uji Parsial (Uji t)	58
3.7.6.2	Uji Simultan (Uji F)	59
3.7.6.3	Koefisien Determinasi (R^2)	60
BAB IV HASIL PENELITIAN		62
4.1	Profil Responden	62
4.1.1	Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin Responden	62
4.1.2	Karakteristik Berdasarkan Usia Responden.....	62
4.1.3	Karakteristik Berdasarkan Pendidikan Terakhir Responden	63
4.1.4	Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan Responden	63
4.1.5	Karakteristik Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Responden ...	64
4.2	Hasil Statistik Deskriptif.....	64
4.2.1	Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i> (X1).....	64
4.2.2	Deskriptif Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X2).....	68
4.2.3	Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
4.3	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	72
4.3.1	Hasil Uji Validitas.....	72
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas	73
4.4	Hasil Uji Asumsi Klasik	74
4.4.1	Hasil Uji Normalitas	74
4.4.2	Hasil Uji Multikolinieritas	75
4.4.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	75
4.5	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	76
4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	77
4.6.1	Hasil Uji Parsial	77
4.6.2	Hasil Uji Simultan.....	78
4.7	Hasil Koefisien Determinasi.....	79
BAB V PEMBAHASAN HASIL		80

5.1	Pembahasan	80
5.1.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	80
5.1.2	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	81
5.1.3	Pengaruh <i>Content Marketing</i> Dan <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	82
5.2	Implikasi Hasil Penelitian.....	82
5.2.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	82
5.2.2	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian ..	83
5.2.3	Pengaruh <i>Content Marketing</i> Dan <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	84
5.3	Keterbatasan Penelitian	84
BAB VI PENUTUP		86
6.1	Kesimpulan	86
6.2	Saran	86
6.2.1	Saran Akademis	86
6.2.2	Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN-LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

No.	Judul	Hal
Tabel 1.1	<i>Rating</i> Toko Kosmetik Terkenal Di Banjarmasin.....	8
Tabel 1.2	3 Produk <i>skincare</i> Wardah Terlaris di Livi Cosmetic Banjarmasin....	9
Tabel 2.1	Hasil Penelitian Terdahulu	34
Tabel 3.1	Definisi Operasional Variabel.....	48
Tabel 3.2	Alternatif Jawaban Skala <i>Likert</i>	51
Tabel 3.3	Rentang Kategori Jawaban Responden	52
Tabel 3.4	Interprestasi Koefisien Korelasi	59
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	60
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	61
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku	62
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i> Indikator Relevansi	62
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i> Indikator Akurasi ...	63
Tabel 4.8	Statistik Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i> Indikator Bernilai ...	64
Tabel 4.9	Statistik Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i> Indikator Mudah Dipahami	64
Tabel 4.10	Statistik Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i> Indikator Mudah Ditemukan	65
Tabel 4.11	Statistik Deskriptif Variabel <i>Content Marketing</i> Indikator Konsisten	65
Tabel 4.12	Statistik Deskriptif Variabel <i>Influencer Marketing</i> Indikator <i>Engagement</i>	66
Tabel 4.13	Statistik Deskriptif Variabel <i>Influencer Marketing</i> Indikator <i>Reach</i> ..	67
Tabel 4.14	Statistik Deskriptif Variabel <i>Influencer Marketing</i> Indikator <i>Impression</i>	67
Tabel 4.15	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Indikator Sesuai Kebutuhan	68
Tabel 4.16	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Indikator Mempunyai Manfaat	68
Tabel 4.17	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Indikator Ketepatan Dalam Membeli Produk.....	69
Tabel 4.18	Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Indikator Pembelian Berulang	69
Tabel 4.19	Hasil Uji Validitas	70
Tabel 4.20	Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 4.21	Hasil Uji Multikolinieritas	73
Tabel 4.22	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	74
Tabel 4.23	Hasil Uji Parsial	75

Tabel 4.24 Hasil Uji Simultan.....	76
Tabel 4.25 Hasil Koefisien Determinasi	77

DAFTAR GAMBAR

No.	Judul	Hal
Gambar 1.1	Hal yang Membuat Wanita Merasa <i>Insecure</i>	2
Gambar 1.2	10 Merek Kosmetik Teratas di Indonesia 2023.....	4
Gambar 1.3	<i>Sales Revenue</i> Wardah	6
Gambar 1.4	<i>Top Seller</i> Wardah.....	7
Gambar 1.5	Media yang Menarik Bagi Wanita Indonesia Untuk Mendapat Informasi Kecantikan	10
Gambar 1.6	Tipe <i>Influencer</i> yang Mempengaruhi Wanita dalam Memilih Produk dan Layanan Kecantikan	12
Gambar 2.1	Model Penelitian.....	39
Gambar 4.1	Normal P-Plot Normalitas	72
Gambar 4.2	<i>Scatterplot</i>	73
Gambar 4.3	Model Hasil Akhir	77

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Lembar Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Data
Lampiran 3	<i>Output SPSS 29</i>
Lampiran 4	Surat Tugas
Lampiran 5	Sertifikat TOEFL
Lampiran 6	Sertifikat Plagiasi
Lampiran 7	Biodata Peneliti