

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN
INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN *ONLINE* DI TIKTOK SHOP
(STUDI PADA PONDOK PESANTREN AL-IMAM)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Program Studi Ekonomi Syari'ah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Ilmu Al Qur'an An Nur Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Oleh:

Wahidatus Solikhah

NIM.21.40.21.42

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI SYARI'AH DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT ILMU AL-QUR'AN AN NUR YOGYAKARTA**

2025

SURAT PERNYATAAN

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Wahidatus Solikhah
NIM : 21.40.2142
Tempat/tgl. Lahir : Cilacap, 03 Februari 2000
Prodi/Semester : Ekonomi Syari'ah/VIII
Alamat Rumah : Tritih RT 03, Jatisari, Kedungreja, Cilacap
Alamat Domisili : Pondok Pesantren Darul Qur'an Al-Imam Wonokromo
Judul : Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing*
Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di Tiktok Shop
(Studi Pada Pondok Pesantren Al-Imam)

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Skripsi yang saya ajukan, benar asli karya ilmiah yang saya tulis sendiri.
2. Bilamana skripsi telah dimunaqasyahkan dan diwajibkan revisi, maka saya bersedia dan sanggup merevisi dalam waktu sesuai dengan keputusan sidang munaqasyah sebagaimana tercantum dalam berita acara. Jika ternyata melebihi batas waktu yang ditentukan, maka saya bersedia untuk dikurangi nilainya atau dinyatakan gugur dan bersedia mengikuti munaqasyah ulang dengan biaya sendiri.
3. Apabila di kemudian hari ternyata diketahui bahwa karya tersebut bukan karya saya (plagiasi) baik sebagian maupun keseluruhan, maka saya bersedia menerima sanksi dan dibatalkan gelar kesarjanaan saya dengan segala hak yang melekat di dalamnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Bantul, 01 Juli 2025

Yang menyatakan



Wahidatus Solikhah

NIM. 21.40.2142

NOTA DINAS PEMBIMBING

NOTA DINAS PEMBIMBING

Edo Segara Gustanto, S.E., M.E

Hal : Skripsi Sdri. Wahidatus Solikhah

Bantul, 01 Juli 2025

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IIQ An Nur Yogyakarta

Di Tempat

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, mengoreksi, dan melakukan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Wahidatus Solikhah

NIM : 21.40.2142

Prodi : Ekonomi Syari'ah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Judul : Pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* di *Tiktok Shop* (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Imam)

Maka kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah layak untuk diujikan dalam sidang munaqasyah untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Kami berharap skripsi tersebut dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Pembimbing


Edo Segara Gustanto, S.E., M.E

NIDN. 2121088303

HALAMAN PENGESAHAN



جَامِعَةُ الْبُورِ لِلْعُلُومِ الْقُرْآنِيَّةِ

INSTITUT ILMU AL QUR'AN AN NUR YOGYAKARTA

FAKULTAS : TARBIYAH - USHULUDDIN - EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

www.iiq-annur.ac.id / e-mail: iiqannur@gmail.com

HALAMAN PENGESAHAN

Nomor. 160/AK/IIQ/FEBI/VII/2025

Skripsi dengan judul:

"PENGARUH CONTENT MARKETING DAN INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE DI TIKTOK SHOP (STUDI PADA PONDOK PESANTREN AL-IMAM)"

Disusun Oleh:

Wahidatus Solikhah

NIM : 21402142

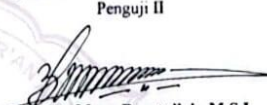
Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Ilmu Al Qur'an An Nur Yogyakarta, telah diterima dan dinyatakan lulus dengan nilai 95.3 (A+) dalam sidang ujian munaqosyah pada hari Kamis, tanggal 17 Juli 2025 untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

DEWAN PENGUJI MUNAQOSYAH

Penguji I


Eko Priyoadmiko, S.E., M.E.
NIDN: 2117048604

Penguji II


Ibrahim Maya Baratullah, M.S.I
NIDN: 2109058402

Pembimbing


Edo Segara Gustanto, S.E., M.E.
NIDN: 2121088303

Ketua Sidang


Edo Segara Gustanto, S.E., M.E.
NIDN: 2121088303

Sekretaris Sidang


Puji Solikhah, M.M
NIDN: 2130037902

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


M. Arif Kurniawan, S.H.I., M.E.I
NIDN: 2117088603

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

Q.S Al-Insyirah: 5

“kesulitan bukan akhir cerita, tapi jalan menuju kemudahan yang
lebih indah dari yang kau sangka”

PERSEMBAHAN

Bila karya sederhana dan masih banyak kurangnya ini layak dipersembahkan,

maka akan saya persembahkan kepada:

Bapak dan Mamak tercinta

*Yang doa dan dukungannya tiada henti setiap waktu dan menjadi kekuatan
terbesarku*

*Yang tetes keringat dan perjuangannya menjadi semangat bagiku untuk terus
melangkah*

Orang tua peneliti di Pondok Pesantren

Bapak KH. Ghuftron Charis dan Ibu Nyai Warodah

Yang setia membimbing, memberikan doa, cinta, dan dukungan.

Hanya balasan doa yang dapat dipanjatkan,

serta ridha Bapak Ibu yang peneliti harapkan

Almamater tercinta:

Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) An Nur Yogyakarta

Orang-orang yang tiada henti mendoakan dan mendukungku

Serta,

My Self.

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang ditulis ke dalam bahasa Indonesia dalam disertasi ini, mengacu pada Surat Keputusan Bersama Departemen Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia tanggal 22 Januari 1988 Nomor: 157/1987 dan 0593b/1987.

1. Konsonan Tunggal

Huruf	Arab	Nama Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba		Be
ت	Ta		Te
ث	Ša	Š	Es (dengan titik diatas)
ج	Ja	J	Je
ح	Ha	Ḥ	Ha (dengan titik dibawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet (dengan titik diatas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan ye

ص	Ṣad	Ṣ	Es (dengan titik dibawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik dibawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik dibawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik dibawah)
ع	‘Ain	‘	Dengan koma terbalik diatas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Waw	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab lambangnya berupa tanda atau harakat.

Adapun transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Keterangan
---	Fatḥah	A	A
---	Ḍammah	U	U
---	Kasrah	I	I

Contoh:

كَتَبَ = *kataba*

يَذْهَبُ = *yazhabu*

سُئِلَ = *su'ila*

ذُكِرَ = *zūkira*

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf. Adapun transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ى -	Fatḥah dan ya	Ai	a dan i
و -	Kasrah dan waw	Iu	i dan u

Contoh:

كَيْفَ = *kaifa*

حَوْلَ = *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda:

- a. Fathah + huruf alif, ditulis = a dengan garis di atas, seperti رجال = *rijālun*
- b. Fathah + huruf alif layyinah, ditulis = a dengan garis di atas, seperti موسي = *mūsā*
- c. Kasrah + huruf ya' mati, ditulis = i dengan garis di atas, seperti مجيب = *mujībun*
- d. Dammah + huruf wawu mati, ditulis = u dengan garis di atas, seperti قلوبهم = *qulūbuhum*

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta' marbutah ada dua:

- a. Ta' Marbutah hidup

Ta' Marbutah yang hidup atau yang mendapat harakah fathah, kasrah dan dammah, transliterasinya adalah "t".

- b. Ta' Marbutah mati

Ta' marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah "h"

Contoh: طلحة = *Talḥah*

- c. Kalau pada kata yang terakhir dengan ta' marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang "al" serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta'

marbutah itu ditransliterasikan dengan “h”. Contoh: روضة الجنة = *Raudah al-jannah*.

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda syaddah, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu. Contoh:

رَبَّنَا = *rabbana*

كَبَّرَ = *kabbara*

6. Penulisan Huruf Alif Lam

- a. Jika bertemu dengan huruf qamariyah, maupun syamsiah ditulis dengan metode yang sama yaitu tetapi ditulis al-, seperti :

الكَرِيمُ الْكَبِيرُ = *al-karīm al-kabīr*

الرَّسُولُ النَّسَاءُ = *al-rasūl al-nisa'*

- b. Berada di awal kalimat, ditulis dengan huruf kapital, seperti :

الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ = *al-Azīz al-hakīm*

- c. Berada di tengah kalimat, ditulis dengan huruf kecil, seperti :

يُحِبُّ الْمُحْسِنِينَ = *Yuhib al-Muhsinīn*

7. Hamzah

Sebagaimana dinyatakan di depan, hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di

akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif. Contoh:

شيء = *syai'un*

امرت = *umirtu*

8. Penulisan Kata atau Kalimat

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il (kata kerja), isim atau huruf, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan. Dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut ditulis dengan kata sekata. Contoh:

وَإِنَّ اللَّهَ خَيْرُ الرَّازِقِينَ = *Wa innallāha lahuwa khairu al-Rāziqīn*

فَأَوْفُ الْكَيْلِ وَالْمِيزَانَ = *Fa 'aufū al-Kaila wa al- Mīzān*

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti yang berlaku dalam EYD, seperti huruf kapital yang digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap harus awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُولٌ = *wamā Muhammadun illā Rasūl*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

Alhamdulillah Rabbi Al-Alamin. Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufik dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul: “Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian *Online* Di Tiktok Shop (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Imam)” tepat waktu sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Ilmu Al-Qur'an An-Nur Yogyakarta Ilmu Al-Qur'an An Nur Yogyakarta. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW. beserta keluarga, sahabat, dan keturunan-keturunannya yang telah menjadi *uswatun hasanah* bagi umatnya.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa skripsi ini disusun dengan ilmu pengetahuan yang sangat terbatas, masih banyak kekurangan dan kesalahan dan jauh dari kata sempurna. Namun peneliti sangat bersyukur telah menyelesaikan tugas akhir ini dengan tepat waktu. Penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, semangat serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu dengan kesungguhan dan kerendahan hati peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Guru kita semua Almaghfurlah KH. Nawawi Abdul Aziz al Hafiz, selaku pendiri

dan pengasuh pertama beserta dewan dzurriyah Pondok Pesantren An Nur Ngrukem, Sewon, Bantul, Yogyakarta yang selalu menjadi sosok motivator dan tauladan bagi peneliti untuk selalu belajar tanpa menyerah.

2. Bapak KH. Muslim Nawawi selaku Ketua Yayasan Al-Ma'had An Nur yang senantiasa memberikan dukungan serta doa-doa yang tak terhingga. Beliau yang menjadi panutan kami.
3. Bapak Dr. Ahmad Sihabul Millah, M.A selaku Rektor Institut Ilmu Al-Quran (IIQ) An Nur Yogyakarta yang menjadi sosok motivator bagi peneliti.
4. Bapak M. Arif Kurniawan, S.H.I., M.E.I. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IIQ An Nur Bantul Yogyakarta.
5. Ibu Puji Solikhah M, M selaku Kepala Program Studi Ekonomi Syariah IIQ An Nur Bantul Yogyakarta.
6. Kepada Bapak Edo Segara Gustanto, S.E., M.E selaku Dosen Pembimbing yang sudah banyak meluangkan waktu, memberikan arahan serta dukungan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
7. Segenap dosen dan civitas akademika Institut Ilmu Al-Qur'an (IIQ) An Nur Yogyakarta yang telah menjadi jembatan bagi peneliti dalam mencari ilmu, semoga dengan hal tersebut dapat menjadi amal jariyahnya kelak.
8. Bapak KH. Ghufro Charis dan Ibu Nyai Warodah selaku pengasuh Pondok Pesantren Darul Qur'an Al Imam yang senantiasa mendoakan santrinya, memberikan tuntunan, nasihat, dan menjadi uswatun hasanah bagi peneliti.
9. Kedua orang tua saya, Bapak Yudi Supriyanto dan Ibu tercinta Sobiyah serta

keluarga besar saya yang tak hentinya mendoakan, memberikan motivasi dan dukungan dari segala sisi. Semoga Allah selalu memberikan kesehatan, keberkahan, dan lindungan-Nya.

10. Teman-teman santri rasa keluarga di Pondok Pesantren Darul Qur'an Al Imam khususnya Mbak Chun, Mbak Isna, Mbak Esma, Mbak Puput, Yasmin, Nayla, Bilqis, Ati, Uus, Nurul, Nadia, Umi, Zahra, Nisak dan Acim, yang menjadi saksi perjuanganku dan berkenan mendengar keluh kesahku.
11. Teman seperjuangan Keluarga besar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam 2021 khususnya Ekonomi Squad 21 yang selama kurang lebih 4 tahun berjuang bersama dan menemani suka duka peneliti.
12. Keluarga baru teman-teman KKN Pokoh II, Mas Afiq, Shidiq, Rezaldi, Fadli, Rahmat, Muna, Dina, Azizah, Mia dan Iim. Terimakasih atas kerja sama, kekompakan, pengalaman baru dan semangatnya ketika bersama.
13. Kepada semua pihak yang sudah mendukung peneliti selama ini. Baik langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat peneliti sebutkan satu-persatu, semoga kebaikan kalian terbalas oleh Allah SWT.
14. Kepada diriku sendiri, terimakasih sudah terus berjalan dan tidak memilih berhenti di tengah jalan. Untuk setiap malam begadang, setiap tangis dalam diam dan setiap doa yang dipanjatkan, terimakasih sudah bertahan dan berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

Dengan kerendahan hati, peneliti ucapkan terimakasih. Tanpa semangat, motivasi dan dukungan yang kalian berikan, karya sederhana ini belum tentu bisa terselesaikan dengan tepat waktu. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan kalian, *Jazaakumullahu ahsanal jazaa*.

Bantul, 01 Juli 2025
Peneliti



Wahidatus Solikhah
NIM. 21402142

ABSTRAK

Wahidatus Solikhah, *Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Tiktok Shop (Studi Pada Pondok Pesantren Al-Imam).* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Ilmu Al-Qur'an An-Nur Yogyakarta Ilmu Al-Qur'an An Nur Yogyakarta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya perkembangan *e-commerce e-commerce* berbasis media sosial dan fenomena penutupan sementara Tiktok Shop di Indonesia yang memberikan dampak signifikan terhadap kebiasaan belanja *online* penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Content Marketing* dan *Influencer Marketing* terhadap keputusan pembelian *online* di Tiktok Shop dengan fokus studi pada santriwati Pondok Pesantren Al-Imam.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan teknik sensus yang melibatkan seluruh populasi santriwati yang berjumlah 100 responden. Analisis data yang dilakukan dengan uji regresi linear berganda menggunakan Aplikasi SPSS versi 25.0.

Hasil uji regresi menunjukkan bahwa *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar $4,572 > t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Sebaliknya, *influencer marketing* tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t_{hitung} sebesar $1,456 < t_{tabel} 1,661$ dan nilai signifikansi $0,149 > 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,490, yang berarti *content marketing* dan *influencer marketing* mampu menjelaskan 49% variabel keputusan pembelian dan 51% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

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

ABSTRACT

Wahidatus Solikhah, *The Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on Online Purchasing Decisions at Tiktok Shop (Study at Al-Imam Islamic Boarding School)*. Thesis, Islamic Economics Study Program, Faculty of Islamic Economics and Business, An-Nur Al-Qur'an Science Institute, Yogyakarta An-Nur Al-Qur'an Science, Yogyakarta.

This research is motivated by the rapid development of social media-based e-commerce and the phenomenon of the temporary closure of Tiktok Shop in Indonesia which has a significant impact on online shopping habits. This study aims to determine the effect of Content Marketing and Influencer Marketing on online purchasing decisions at Tiktok Shop with a focus on the study of female students at the Al-Imam Islamic Boarding School. This study uses a quantitative method. Data were collected through a questionnaire with a census technique involving the entire population of female students totaling 100 respondents. Data analysis was carried out using multiple linear regression tests using the SPSS version 25.0 application.

The results of the regression test show that content marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, indicated by a t-value of $4.572 > t\text{-table } 1.661$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. On the other hand, influencer marketing does not have a positive and insignificant effect on purchasing decisions with a t-value of $1.456 < t\text{-table } 1.661$ and a significance value of $0.149 > 0.05$. The coefficient of determination (R^2) value is 0.490, which means that content marketing and influencer marketing are able to explain 49% of the purchasing decision variables and the remaining 51% is influenced by other variables outside this research model.

Keywords: Content Marketing, Influencer Marketing and Purchasing Decisions

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
M O T T O	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	xiii
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
DAFTAR ISI.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xxii
DAFTAR GAMBAR	xxiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian	11
D. Manfaat Penelitian	12
E. Kajian Pustaka.....	14
F. Sistematika Pembahasan	20
BAB II KERANGKA TEORI.....	22

A. Kerangka Teori.....	22
1. Marketing atau Pemasaran	22
2. Digital Marketing atau Pemasaran digital	25
3. Theory of Planned Behavior (TPB).....	26
4. Keputusan Pembelian	27
5. Content Marketing.....	30
B. Paradigma Penelitian.....	34
C. Hipotesis Penelitian.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	39
A. Jenis Penelitian dan Sumber Data	39
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40
C. Populasi dan Sampel Penelitian	40
D. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel.....	42
E. Variabel dan Indikator Penelitian.....	43
F. Teknik Pengumpulan Data.....	44
G. Uji Validitas dan Reabilitas	45
H. Teknik Analisis Data.....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
B. Karakteristik Responden	51
C. Hasil Uji Kualitas Data	53
1. Hasil Uji Validitas	53
2. Hasil Uji Reliabilitas	57
D. Hasil Uji Analisis Data.....	58
1. Analisis Statistik Deskriptif.....	58
2. Uji Asumsi Klasik	79
3. Hasil Uji Hipotesis	83
E. Pembahasan.....	88

1. Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	88
2. Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	90
BAB V PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Total pengguna internet di Indonesia 2024.....	1
Tabel 1. 2 Negara Pengguna Tiktok terbanyak tahun 2024	3
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian	43
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	51
Tabel 4. 2 Transaksi di Tiktok Shop	52
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	53
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Content Marketing (X1)	54
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Influencer Marketing (X2)	55
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 7 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	80
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	81
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas	82
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	83
Tabel 4. 12 Hasil Uji Parsial (Uji t)	86
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Konsep Dasar Pemasaran	24
Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	99
Lampiran 2. Data Responden.....	103
Lampiran 3. Tabulasi Data.....	106
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	114
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	117
Lampiran 6. Hasil Uji Analisis Statistik Deskriptif	118
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas.....	118
Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas	119
Lampiran 9. Hasil Uji Heterokedastisitas	119
Lampiran 10. Hasil Uji Parsial (Uji t).....	119
Lampiran 11. Hasil Uji Determinasi (R Square).....	120
Lampiran 12. Tabel Distribusi Nilai r_{tabel}	121
Lampiran 13. Tabel Distribusi t_{tabel}	122
Lampiran 14. Dokumentasi.....	123
Lampiran 15. Daftar Riwayat Hidup.....	124