

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN SOMETHINC DI CIKARANG

SKRIPSI



OLEH :
LILIS NUR'AINI
NIM : 111810366

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN SOMETHINC DI CIKARANG

Diajukan Kepada Universitas Pelita Bangsa
Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam
Menyelesaikan Program Sarjana Manajemen

SKRIPSI



OLEH :
LILIS NUR'AINI
NIM : 111810366

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PELITA BANGSA
BEKASI
2024**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Yang bertanda tangan dibawah ini, Dosen Pembimbing Skripsi:

Nama Mahasiswa : Lilis Nur'aini

NIM : 111810366

Judul Skripsi : *Pengaruh Content Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Somethinc Di Cikarang Pusat*

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti ujian proposal skripsi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pelita Bangsa.

Bekasi,

Pembimbing,



Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M

NIDN. 0313037903

SKRIPSI

PENGARUH CONTENT MARKETING DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN SOMETHINC DI CIKARANG

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Lilis Nur'aini

111810366

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi pada hari Kamis, tanggal 22, bulan Agustus, tahun 2024, dan dinyatakan telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen.


SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI

Ketua Penguji

Adrianna Syariefur Rakhmat, S.H.I., M.Si., CSA

NIDN: 0401128801

Tanda Tangan



Anggota Penguji

Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc

NIDN: 0406068402

Tanda Tangan



Mengetahui,


Ka. Prodi Manajemen



Dr. Yunita Ramadhani RDS, S.E., M.Sc.

NIDN: 0406068402

Dekan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis



Dr. Preatmi Nurastuti, S.E., M.M.

NIDN: 0404046508

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al Baqarah: 286)

“Ketika kita saling mencintai, maka seharusnya tidak ada lagi aku dan kamu, yang ada hanyalah kita. Begitupun ketika hamba dan tuhan sudah saling mencintai, tidak ada lagi keinginanku dan keinginanmu, yang ada hanyalah keinginan kita.

Takdir adalah paduan terbaik dari dua keinginan hamba dan tuhannya”

(Tuhan Maha Asyik Karya Sujewo Tejo dan DR. MN. Kamba)

“Cukup mengatur ranah yang bisa kita atur, karena ranah yang tidak bisa kita atur adalah ranahnya Allah, yaitu hasil atau takdir yang keberadaannya sudah digariskan untuk kita. Maka kita tidak perlu memusingkan hal – hal yang bukan ranahnya kita, sudah saatnya kita fokus pada hal – hal yang bisa kita atur saja”

(Dena Haura)

“Sebenarnya hidup ini sederhana, yang rumit adalah pikiran kita. Sebenarnya hidup ini sudah diatur sebaik mungkin, tapi kita sering mengobrak – abriknya.

Sabarlah, pamilah dan nikmatilah setiap detik yang terjadi, semua akan berujung baik jika kita sudah berhasil menangkap hikmahNya”

(Lilis Nur’aini)

Karya ilmiah ini saya persembahkan kepada :

1. Dua orang utusan tuhan yang telah menuntaskan amanah tuhan untuk mendidik saya hingga akhir hayatnya, yaitu Ibu dan Ayah.
2. Bapak dan Ibu Dosen yang telah menyampaikan ilmu pengetahuan selama proses menempuh pendidikan di Universitas Pelita Bangsa.
3. Suami saya yang selalu menemani saya belajar dan selalu mau diajak berdiskusi mengenai pembelajaran yang terkadang sulit saya pahami.
4. Saudara dan teman – teman saya yang telah memberikan semangat, kritik serta saran yang membangun sehingga saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lilis Nur'aini
NIM : 111810366
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Universitas Pelita Bangsa seluruhnya merupakan hasil karya saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan Skripsi yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya saya sendiri atau adanya plagiat dalam bagian-bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya sandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

Bekasi, 09 Agustus 2024

Tanda tangan



LILIS NUR'AINI

NIM. 111810366

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| PERSETUJUAN PEMBIMBING..... | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| SUSUNAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI..... | iii |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN..... | iv |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR TABEL..... | x |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR LAMPIRAN | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| ABSTRAK | xiv |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 11 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 11 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 12 |
| | |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 13 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 13 |
| 2.1.1 Keputusan Pembelian..... | 13 |
| 2.1.2 Content Marketing..... | 16 |
| 2.1.3 Electronic Word of Mouth..... | 19 |
| 2.1.4 Minat Beli..... | 22 |
| 2.2 Penelitian Terdahulu yang Relevan | 23 |
| 2.3 Hipotesis dan Model Penelitian | 27 |
| 2.3.1 Hipotesis..... | 27 |
| 2.3.2 Model Penelitian..... | 31 |
| | |
| BAB III MODEL PENELITIAN..... | 33 |
| 3.1 Jenis Penelitian dan Desain Penelitian | 33 |
| 3.1.1 Jenis Penelitian..... | 33 |
| 3.1.2 Desain Penelitian..... | 33 |
| 3.2 Operasionalisasi Variabel..... | 34 |
| 3.3 Populasi, Sampel dan Metode Pengambilan Sampel | 39 |
| 3.4 Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.4.1 Jenis Data..... | 40 |
| 3.4.2 Sumber data..... | 40 |
| 3.4.3 Teknik Pengumpulan Data..... | 40 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 41 |
| 3.5.1 Analisis Deskriptif..... | 41 |

| | |
|--|-----------|
| 3.5.2 Analisis Statistik Data..... | 42 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... | 46 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 46 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Penelitian | 46 |
| 4.1.2 Gambaran Umum Karakteristik Penelitian | 47 |
| 4.1.3. Analisis Statistik Data..... | 49 |
| 4.1.4 Uji Validitas dan Reliabilitas (<i>Outer Model</i>)..... | 51 |
| 4.1.5 Analisis <i>Inner Model</i> | 56 |
| 4.1.6 Pengujian Hipotesis..... | 58 |
| 4.2 Pembahasan..... | 62 |
| BAB V PENUTUP | 67 |
| 5.1 Kesimpulan | 67 |
| 5.2 Saran..... | 67 |
| DAFTAR PUSTAKA | 69 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 1.1 Penetrasi Internet Indonesia | 1 |
| Tabel 1.2 Data Penjualan Somethinc Tahun 2021 – 2022 | 7 |
| Tabel 1.3 Kesenjangan Penelitian | 9 |
| Tabel 2.1 Model Penelitian | 32 |
| Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel | 35 |
| Tabel 3.2 Kategori Variabel | 42 |
| Tabel 4.1 Data Kuesioner..... | 47 |
| Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden..... | 48 |
| Tabel 4.3 Usia Responden..... | 48 |
| Tabel 4.4 Analisis Deskriptif..... | 50 |
| Tabel 4.5 <i>Outer Loading</i> hasil..... | 53 |
| Tabel 4.6 <i>Cross Loading</i> | 54 |
| Tabel 4.7 <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> | 55 |
| Tabel 4.8 <i>Composite Reliability</i> | 55 |
| Tabel 4.9 Cronbachs Alpha | 57 |
| Tabel 4.10 R Square | 57 |
| Tabel 4.11 <i>Model Fit</i> | 58 |
| Tabel 4.12 <i>Path Coefficient</i> | 60 |
| Tabel 4.13 <i>Indirect Effect</i> | 62 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Alasan Menggunakan Internet | 2 |
| Gambar 1.2 Grafik Pertumbuhan Perusahaan Kecantikan di Indonesia | 5 |
| Gambar 1.3 Data Penjualan Serum Somethinc di E-commerce | 8 |
| Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian | 14 |
| Gambar 2.2 Model Penelitian | 31 |
| Gambar 3.1 Desain Penelitian | 34 |
| Gambar 3.2 Pengukuran Skala Bipolar Adjective | 41 |
| Gambar 4.1 Model Struktural | 51 |
| Gambar 4.2 Outer Model | 52 |
| Gambar 4.3 Inner Model | 57 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1.1 Skripsi | 73 |
| Lampiran 1.2 Instrumen Penelitian | 74 |
| Lampiran 1.3 Data Tabulasi Penelitian | 78 |
| Lampiran 1.4 Hasil Uji Outer Model | 90 |
| Lampiran 1.5 Hasil Uji Inner Model | 97 |
| Lampiran 1.6 Hasil Uji Hipotesis | 99 |
| Lampiran 1.7 Daftar Riwayat Hidup | 102 |

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat rahmat, kuasa dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Content Marketing* dan *Electronik Word of Mouth* Pada Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi oleh Minat Beli Konsumen Somethinc di Cikarang”

Skripsi ini disusun penulis untuk menuangkan ide dan pemikiran yang berkaitan dengan bidang keilmuan yang telah ditempuh selama kuliah. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna namun dengan adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak penyusunan skripsi dapat terlaksana. dengan demikian pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu, khususnya kepada :

1. Ibu Dr. Anna Wulandari, S.E., M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu serta memberi arahan kepada penulis untuk menyusun skripsi sampai tuntas.
2. Bapak / Ibu dosen Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa yang telah membimbing, mengarahkan, menasehati serta menyampaikan ilmu pengetahuan sebagai bekal bagi penulis dalam mengembangkan keilmuan sehingga dapat menyelesaikan proposal skripsi ini.
3. Keluarga Besar Komunitas Membaca (KCM) yang telah memberi ruang untuk berdiskusi serta menjadi ruang untuk mengaktualisasikan ilmu yang telah dipelajari.
4. Keluarga besar saya Dian Nurdiansyah, Rinrin Nur Samsiah, Maulida Nurul Inayah, Waskito terutama Orangtua yang sangat saya sayangi dan hormati yaitu Bapak Endang Maman, S.Ag dan Ibu Een Hasanah yang telah memaksimalkan ikhtiarnya untuk dapat mendidik saya sampai akhir hayatnya. Semoga kita semua dapat berkumpul di surga-Nya kelak.
5. Teman – teman angkatan 2018 dan 2019 Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Pelita Bangsa, saya ucapkan terima kasih atas segala hal baik

yang sudah kalian lakukan. Semoga kelak kita semua dapat menjadi orang yang senantiasa ringan dalam berbuat kebaikan.

6. Sahabat saya yang kini berbeda daerah yaitu Mia Sumiati, Afiani Fauziah serta Salma yang dulu dan semoga sampai sekarang selalu memberi energi positif dalam keseharian saya. Semoga Allah memudahkan jalan hidup kita.
7. Semua pihak yang telah membantu baik secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif. Semoga skripsi ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan dimasa mendatang.

Bekasi, 09 Agustus 2024

Penulis,



Lilis Nur'aini

***THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING AND ELECTRONIC
WORD OF MOUTH ON PURCHASE INTENTIONS AND THEIR IMPACT ON
CERTAIN PURCHASE DECISIONS IN CIKARANG***

Lilis Nur'aini¹
Anna Wulandari, S.E., M.M²

ABSTRACT

This Study aims to determine the influence of content marketing and electronic word of mouth on purchasing interest and its impact on purchasing decisions at Somethinc in Cikarang. The type of research used is quantitative. The population in this study were all Somethinc consumers in Cikarang with a sample of 100 respondents. The sampling technique in this research uses a Non Probability Sampling technique with an Accidental Sampling approach, namely sampling based on chance but the respondent must be suitable as a data source. The data collection technique used was by distributing questionnaires. The data processing technique uses the SEM (Structural Equation Modeling) method with the help of the Smart PLS 3 program which aims to help researchers obtain latent variables for prediction purposes through outer and inner models and hypothesis testing. The results of this research prove that there is an influence between content marketing and electronic word of mouth on purchasing interest. There is an influence between content marketing on purchasing decisions. There is an influence between purchasing interest on purchasing decisions. However, there is no influence between electronic word of mouth on purchasing decisions.

*Keywords :Content Marketing, Electronic Word of Mouth, Puchase Interest,
Purchase Decision*

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP MINAT BELI DAN DAMPAKNYA PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN SOMETHINC DI CIKARANG

Lilis Nur'aini¹

Anna Wulandari, S.E., M.M²

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *content marketing* dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli dan dampaknya pada keputusan pembelian Somethinc di Cikarang.

Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Somethinc di Cikarang dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental Sampling*, yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan namun responden harus cocok sebagai sumber data. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebar kuesioner. Teknik pengolahan data menggunakan metode SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan bantuan program Smart PLS 3 bertujuan untuk membantu peneliti mendapatkan variabel laten untuk bertujuan prediksi melalui *outer model* dan *inner model* serta pengujian hipotesis.

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *content marketing* dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli. Terdapat pengaruh antara *content marketing* terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh antara minat beli terhadap keputusan pembelian. Namun tidak terdapat pengaruh antara *electronic word of mouth* terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Content Marketing*, *Electronic Word of Mouth*, Minat Beli, Keputusan Pembelian