

HALAMAN MOTTO

“ Tidak ada mimpi yang terlalu tinggi dan tidak ada mimpi yang patut diremehkan. Lambungkan setinggi yang kau inginkan dan gapailah dengan selayaknya yang kau harapkan ”

(Maudy Ayunda)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan rasa syukur yang tiada henti kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan segala proses pembelajaran yang penuh tantangan. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai bentuk penghargaan dan ungkapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. **Kedua orang tua tercinta**, terima kasih telah menjadi sumber semangat dan sandaran terkuat di tengah kerasnya kehidupan. Kasih sayang yang tak pernah putus, cinta yang tulus, serta motivasi yang tiada henti menjadi kekuatan terbesar dalam setiap langkah saya. Terima kasih telah berjuang tanpa lelah demi kehidupan saya. Berkat doa dan dukungan kalian, saya bisa sampai pada titik ini. Semoga senantiasa diberikan kesehatan dan umur panjang, agar selalu dapat hadir di setiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
2. **Kakak-kakak penulis**, Novi, Nani, Nurli, dan Adri, terimakasih atas dukungan moril maupun materiil yang diberikan, selalu memberikan motivasi, semangat, serta dorongan positif selama penulis menempuh proses panjang penyusunan skripsi ini. Terimakasih selalu mengusahakan yang terbaik untuk adikmu.
3. **Bapak Joko Fitra, M.Sc., M.M**, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan penuh perhatian membimbing penulis. Terima kasih atas segala ilmu, arahan, kritik membangun, serta kesabaran yang diberikan dengan ketulusan hati.
4. **Teman-teman seperjuangan**: Laelatul Qodar Aulia Romadhon, Indah Rahayu, Nur Zakiya Hamidah, Nuzulul Hikmah, dan Aprillia Wulandari yang

telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis selama masa perkuliahan. Terima kasih atas segala dukungan, semangat, kebersamaan, dan tawa yang telah menemani penulis dalam menghadapi berbagai suka duka selama menempuh pendidikan. Terima kasih sudah membuktikan kepada penulis bahwa pertemanan perkuliahan tidak seburuk yang orang-orang ceritakan, bahkan jika nanti masa pertemanan kita sudah habis, percayalah, penulis akan tetap mengingat kalian sebagai orang-orang baik yang telah mengisi perjalanan panjang penulis yang tidak mudah ini.

5. **Teman-teman sepermainan**, Yuyun, Hikmah, Naila, Lulu, Nisa, dan Rohmah, terima kasih telah menjadi ruang rehat di tengah penatnya perjuangan ini. Untuk kalian yang juga sedang berjuang dan menapaki jalan masing-masing, semoga setiap usaha kita membuahkan hasil yang terbaik. Teruslah melangkah dan tumbuh dengan cara dan cerita kalian sendiri. Semoga kesuksesan selalu menyertai setiap langkah kita.

ABSTAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing*, kualitas produk, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian cushion skintific. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna cushion skintific dalam kurun waktu 1 bulan terakhir. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji hipotesis, dan analisis llinier berganda.. alat bantu pengolahan data menggunakan SPSS for windows version 22, hasil penelitian ini menunjukan bahwa : semua variabel valid dan reliabel, tidak terdapat multikolinearitas, tidak terjadi heterokedastisitas, dan model memenuhi asumsi normalitas. (1) *content marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dan (3) *online customer review* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : *content marketing*, kualitas produuk, *online customer review*, dan keputusan pembelian

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of content marketing, product quality, and online customer reviews on purchasing decisions for skintific cushions. The sample in this study were users of skintific cushions in the last 1 month. Data collection techniques used questionnaires. The sampling technique used non-probability sampling with purposive sampling method. Data analysis used validity tests, reliability tests, classical assumption tests, hypothesis tests, and multiple linear analysis. Data processing tools used SPSS for windows version 22, the results of this study indicate that: all variables are valid and reliable, there is no multicollinearity, there is no heteroscedasticity, and the model meets the assumption of normality. (1) content marketing has a significant effect on purchasing decisions, (2) product quality has a significant effect on purchasing decisions, and (3) online customer reviews do not have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords: *content marketing, product quality, online customer review, and purchasing decisions.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, KUALITAS PRODUK , DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *CUSHION SKINTIFIC* "** dapat diselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar S1 Jurusan Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Skripsi ini merupakan salah satu tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang didapat di bangku kuliah dalam bidang penelitian ilmiah. Penulis telah menyusun skripsi ini dengan segenap kemampuan yang ada, menggunakan analisis berdasarkan teori serta bantuan beberapa literature. Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan, baik dari segi penyusunan, tata bahasa, maupun data-data yang dituliskan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan waktu, kemampuan, dan pengetahuan penulis. Meskipun demikian penulis berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang penulis miliki dan bimbingan serta arahan dari Dosen Pembimbing.

Pada kesempatan ini, penulis berterima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dorongan baik moril maupun material sehingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Gunarso Wiwoho, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Joko Fitra, M.Sc., M.M selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu terselesikannya skripsi ini.
4. Kedua orang tua penulis dan keluarga yang telah memberikan penulis semangat, dukungan, dan doa yang tiada henti.
5. Segenap Dosen dan civitas akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi.
6. Teman-teman seperjuangan dan khususnya untuk kelas Manajemen Reguler B angkatan 2021.

Atas perhatian dari semua pihak yang membantu penulis dalam menyusun Skripsi ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih, semoga Skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang bersangkutan.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTAKSI	viii
ABSTRACK	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Batasan Masalah.....	11
1.4. Tujuan Penelitian.....	14
1.5. Manfaat Penelitian.....	14
BAB II.....	16
KAJIAN PUSTAKA.....	16
2.1. Tinjauan Teori	16
2.1.1. Keputusan Pembelian	16

2.1.2. <i>Content Marketing</i>	20
2.1.3. Kualitas Produk	22
2.1.4. <i>Online Customer Review</i>	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	30
2.3. Hubungan Antar Variabel	36
2.4. Model Empiris	38
2.5. Hipotesis	39
BAB III	40
METODE PENELITIAN.....	40
3.1. Objek dan Subjek Penelitian	40
3.2. Variabel Penelitian	40
3.3. Definisi Operasional Variabel	41
3.4. Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	45
3.5. Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.6. Populasi dan Sampel	48
3.7. Teknik Analisis.....	50
3.8. Alat Analisis Data	50
BAB IV	59
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	59
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	59
4.2. Analisis Deskriptif.....	60
4.3 Analisis Statistik.....	64
4.4 Pembahasan	75
BAB V.....	79
SIMPULAN	79

5.1. Simpulan.....	79
5.2. Keterbatasan	79
5.3. Implikasi	80
5.3.1 Implikasi Praktis	80
5.3.2 Implikasi Teoritis	83
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90

DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Hasil Observasi Keputusan Pembelian Cushion Skintific	4
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	33
Tabel III- 1 Indikator Variabel Keputusan Pembelian Pada Kuesioner.....	42
Tabel III- 2 Indikator Content Marketing Pada Kuesioner	43
Tabel III- 3 Indikator Kualitas Produk Pada Kuesioner	44
Tabel III- 4 Indikator Online Customer Review Pada Kuesioner.....	45
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat (Kecamatan).....	61
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	63
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas Variabel Content Marketing	65
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk	65
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review.....	66
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	67
Tabel IV- 9 Uji Reliabilitas Variabel	67
Tabel IV- 10 Uji Normalitas	68
Tabel IV- 11 Uji Multikolinearitas	69
Tabel IV- 12 Regresi Linear Berganda	71
Tabel IV- 13 Uji Parsial	73
Tabel IV- 14 Uji Simultan (Uji F).....	74
Tabel IV- 15 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar I- 1 Top 10 Brand Perawatan dan Kecantikan di E-Commerce	2
Gambar II- 1 Model Empiris.....	38
Gambar IV- 1 Uji Heterokedastisitas	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	90
Lampiran 2 Data Responden.....	95
Lampiran 3 Tabulasi Data Responden.....	100
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas	104
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	108
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	109
Lampiran 7Hasil Uji Multikolinearitas	109
Lampiran 8 Hasil Uji Heterokedastisitas	109
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	110
Lampiran 10 Hasil Uji Parsial.....	110
Lampiran 11 Hasil Uji Simultan (Uji F)	110
Lampiran 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	110
Lampiran 13 Tabel r.....	111
Lampiran 14 Tabel t.....	114
Lampiran 15 Tabel F	117
Lampiran 16 Kartu Konsultasi Skripsi.....	120
Lampiran 17 Kartu Tanda Peserta Seminar Proposal Skripsi.....	121