

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK WARDAH *GLASTING LIQUID LIP* PADA MEDIA SOSIAL
TIKTOK DI JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

PUTRIANI SEFTI EKASARI

213402516009



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK WARDAH *GLASTING LIQUID LIP* PADA MEDIA SOSIAL
TIKTOK DI JAKARTA SELATAN**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Oleh :

Putriani Sefti Ekasari

213402516009



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
INFLUENCER MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
LIPSTIK WARDAH *GLASTING LIQUID LIP* PADA MEDIA SOSIAL
TIKTOK DI JAKARTA SELATAN**

Merupakan gagasan atau hasil penelitian penulis, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Tugas akhir ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Jika didalamnya terdapat kesalahan dan kekeliruan, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis.

Jakarta, 21 Agustus 2025



Putriani Sefti Ekasari

213402516009



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH *GLASTING LIQUID LIP* PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : Putriani Sefti Ekasari

Nomor Pokok : 213402516009

Program Studi : Manajemen

Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen




(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si)

Jakarta, 21 Agustus 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH *GLASTING LIQUID LIP* PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI JAKARTA SELATAN**

Nama Mahasiswa : Putriani Sefti Ekasari

Nomor Pokok : 213402516009

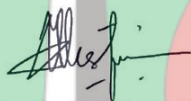
Program Studi : Manajemen

Diterima dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui

Pembimbing Tugas Akhir,



(Dr. Resti Hardini, S.E., M.Si.)

Ketua Penguji



(Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M.)

Anggota/Penguji



(Dr. Elwisam, S.E., M.M.)

Mengetahui

Dekan,



(Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M.)

Jakarta, 02 September 2025

Tanggal Lulus: 02 September 2025

ABSTRAK

PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIPSTIK WARDAH *GLASTING LIQUID LIP* PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK DI JAKARTA SELATAN

Oleh:

Putriani Sefti Ekasari

NPM: 213402516009

Tugas Akhir ini dibawah bimbingan Ibu Dr. Resti Hardini S.E., M.Si.

Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh Content Marketing, Online Customer Review, dan Influencer Marketing terhadap keputusan pembelian lipstik Wardah Glasting Liquid Lip pada media sosial Tiktok di Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dengan sumber data primer melalui kuesioner kepada 96 responden yang Minimal sudah melakukan pembelian lipstik wardah Glasting Liquid Lip 1 kali pembelian di media sosial Tiktok. Metode analisis data menggunakan analisis inferensial dengan regresi linier berganda dan menggunakan program *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 23.

Penelitian ini menemukan bahwa variabel *Content Marketing* (X1), *Online Customer Review* (X2), dan *Influencer Marketing* (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadikan pertimbangan bagi Lipstik Wardah Glasting Liquid Lip untuk memperhatikan faktor-faktor lain dalam *Content Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Influencer Marketing* untuk meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: *Content Marketing*, *Online Customer Review*, *Influencer Marketing*, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING, ONLINE CUSTOMER REVIEW, AND INFLUENCER MARKETING ON PURCHASE DECISIONS OF WARDAH GLASTING LIQUID LIP LIPSTICK ON TIKTOK SOCIAL MEDIA IN SOUTH JAKARTA

By:

Putriani Sefti Ekasari

NPM: 213402516009

This final project under the guidance of Dr. Resti Hardini S.E., M.Si.

The purpose of this study is to analyze the influence of Content Marketing, Online Customer Reviews, and Influencer Marketing on purchasing decisions for Wardah Glasting Liquid Lip lipstick on TikTok social media in South Jakarta. This study uses quantitative data with primary data sources through questionnaires to 96 respondents who have purchased Wardah Glasting Liquid Lip lipstick at least once on TikTok social media. The data analysis method uses inferential analysis with multiple linear regression and uses the Statistical Product and Service Solution (SPSS) program version 23.

This study found that the variables Content Marketing (X1), Online Customer Review (X2), and Influencer Marketing (X3) have a positive and significant influence on Purchasing Decisions (Y). The results of this study are expected to be able to provide considerations for Wardah Glasting Liquid Lipstick to pay attention to other factors in Content Marketing, Online Customer Review, and Influencer Marketing to improve purchasing decisions.

Keywords: Content Marketing, Online Customer Review, Influencer Marketing and Purchasin Decisions.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan Mengucap puji dan syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini yang berjudul “Pengaruh *Content Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Influencer Marketing* terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Pada Media Sosial Tiktok di Jakarta Selatan” dengan baik. Tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai Studi Program Sarjana (S1) Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.

Penyusunan tugas akhir ini penulis tentunya mengalami hambatan baik yang bersifat teknis maupun yang lainnya. Namun berkat dukungan, kerjasama, dorongan semangat dan bantuan dari berbagai pihak maka hambatan tersebut dapat diatasi dengan baik. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan, rasa kasih sayang penulis, dan rasa hormat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada.

1. Bapak Dr. Drs. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Bapak Prof. Dr. Edi Sugiono, S.T., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
3. Ibu Dr. Rahayu Lestari, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional
4. Dr. Resti Hardini, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
5. Dr. Resti Hardini, SE., M.Si. selaku dosen pembimbing saya yang saya hormati, yang telah bersedia membantu menyempurnakan kekurangan, memberikan solusi, dan juga memberikan arahan kepada penulis sehingga ini dapat terselesaikan.
6. Seluruh Dosen Universitas Nasional khususnya Dosen Fakultas Ekonomi yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada anak didik nya sehingga bisa tumbuh dan berkembang dalam proses belajar.

7. Seluruh Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan pelayanan dan bantuan selama menjadi mahasiswa FEB UNAS.
8. Segala puji bagi Allah SWT, dengan rahmat dan karunia-nya yang telah memberikan kekuatan, petunjuk, dan kesempatan kepada saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sehingga saya dapat melalui perjalanan panjang ini dengan lancar.
9. Kepada kedua orang tua saya tercinta, Bapak Supardi dan Ibu Siti Umaroh. Dengan penuh rasa hormat dan kasih sayang, saya persembahkan skripsi ini sebagai wujud rasa terima kasih atas segala doa, dukungan, dan pengorbanan yang tak terhingga yang telah bapak dan ibu berikan selama ini. Skripsi ini dapat menjadi salah satu bukti kecil dari perjalanan panjang pendidikan saya yang bapak dan ibu dukung dengan penuh kasih sayang, atas segala yang telah diberikan, mudah-mudahan Allah SWT senantiasa memberkahi, melancarkan, mempermudah segala urusan, melindungi bapak dan ibu berada, serta selalu diberikan kesehatan dan kebahagiaan Aamiin.
10. Kepada keluarga besar, terima kasih atas doa dan dukungannya, mudah-mudahan skripsi ini dapat menjadi kebanggaan bagi keluarga.
11. Kepada teman seperjuangan saya selama diperkuliah dalam menjalankan skripsi, mohon maaf penulis tidak bisa menyebutkan nama satu persatu. Terima kasih atas waktu kebersamaan, diskusi, bantuan dan dukungan selama perjalanan skripsi ini. Mudah-mudahan kita semua sukses dan dalam keadaan sehat.
12. Teruntuk seseorang yang belum bisa kutulis namanya disini, namun sudah jelas tertulis di Lauhul Mahfud untukku. Terima kasih sudah menjadi salah satu sumber motivasi penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Meskipun belum saling bertemu, entah dirimu berada dibelahan bumi mana, aku percaya bahwa setiap langkah yang dijalani hari ini adalah bagian dari persiapan untuk saling menemukan dalam keadaan terbaik. Aku yakin bahwa segala sesuatu yang ditakdirkan menjadi milik kita akan menunjukan pada kita entah bagaimanapun caranya, dan aku selalu mendoakanmu selalu.
13. Dan Terakhir Teruntuk diriku sendiri, Putriani Sefti Ekasari yang selalu mengusahakan semua hal agar terlihat baik-baik saja. Terima kasih sudah menjadi kuat dalam segala hal dan bertahan sampai sejauh ini. Terimakasih

untuk tetap berusaha dan tidak menyerah walau sering merasakan ingin putus asa. Kamu hebat diriku telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Tetap rendah hati ya, karena ini baru awal dari semuanya. Selamat berpetualang dilevel kehidupan selanjutnya, tugasmu belum selesai, perjalanan masih panjang, tetaplah menjadi perempuan yang kuat, perluas lagi sabarnya, dan selalu memberi ruang ikhlas, dan tetap bersyukur apapun keadaannya.

Meskipun penulis mengakui bahwa persiapan tugas akhir ini masih menjauhi kata sempurna, namun penulis bersyukur jika pembaca yang menemukan kesalahan dalam bacaannya dan memberikan kritik dan saran yang berguna untuk memperluas batas penulisan sebagai proses belajar mandiri. Mudah-mudahan bagi yang membaca mendapatkan informasi yang bermanfaat. Sekian dan terima kasih, salam hangat .

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Penulis,



Putriani Sefti Ekasari

213402516009



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
LEMBAR PENGESAHAN	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	6
A. Manajemen Pemasaran.....	6
1. Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran.....	6
B. Keputusan Pembelian.....	7
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	7
2. Proses Keputusan Pembelian.....	8
3. Faktor Keputusan Pembelian.....	9
4. Indikator Keputusan Pembelian.....	9
C. Content Marketing.....	10
1. Pengertian Content Marketing.....	10
2. Tujuan Content Marketing.....	10
3. Fungsi Content Marketing.....	11
4. Indikator Content Marketing.....	12
D. Online Customer Review.....	12
1. Pengertian Online Customer Review.....	12
2. Dimensi Online Customer Review.....	13
3. Jenis – jenis Customer Review.....	14

4. Indikator Online Customer Review.....	15
E. <i>Influencer Marketing</i>	15
1. Pengertian Influencer Marketing.....	15
2. Merancang Strategi Influencer Marketing yang Sukses	16
3. Peran Influencer Marketing.....	18
4. Indikator Influencer Marketing	19
F. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian.....	19
1. Pengaruh Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian	19
2. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian ..	20
3. Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	21
G. Hasil yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	22
H. Kerangka Analisis.....	23
I. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26
B. Data Penelitian.....	26
1. Sumber Data dan Jenis Data.....	26
2. Populasi dan Sampel	26
3. Teknik dan Alat Pengumpulan Data	28
C. Jenis Variabel Yang Digunakan	29
D. Definisi Operasional Variabel	29
E. Metode Analisis.....	31
1. Metode Analisis.....	31
2. Uji Instrumen.....	31
3. Uji Asumsi Klasik	32
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	33
5. Uji kelayakan Model	34
6. Pengujian Hipotesis.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAAN	36
A. Hasil Penelitian	36
1. Deskripsi Data Penelitian	36
2. Karakteristik Responden	37

3. Hasil Analisis Deskriptif	40
B. Pembahasan	53
1. Pengaruh Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian.....	53
2. Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian ..	54
3. Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian.....	55
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. KESIMPULAN	57
B. SARAN	57

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Lipstik Wardah Dalam 5 Tahun Terakhir.....	2
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Yang Sesuai Sebagai Rujukan Penelitian.....	22
Tabel 3.3 Skala Likert.....	29
Tabel 3.4 Definisi Operasional Variable.....	30
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	39
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.8 Rata-rata Total Skor Mean <i>Content Marketing</i> (X1).....	41
Tabel 4.9 Rata-rata Total Skor Mean <i>Online Customer Review</i> (X2)	42
Tabel 4.10 Rata-rata Total Skor Mean <i>Influencer Marketing</i> (X3)	43
Tabel 4.11 Rata-rata Total Skor Mean Keputusan Pembelian (Y)	44
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas	45
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas.....	46
Tabel 4.14 Hasil Uji Normalitas	47
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas	48
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedastisitas	49
Tabel 4.17 Hasil Uji Autokorelasi	49
Tabel 4.18 Analisis Regresi Linier Berganda	50
Tabel 4.19 Hasil Uji F.....	51
Tabel 4.20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	52
Tabel 4.21 Hasil Uji t.....	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahap-Tahap Proses Keputusan Pembelian	8
Gambar 2.2 Kerangka Analisis.....	24
Gambar 4.3 Diagram Responden Berdasarkan Usia.....	38
Gambar 4.4 Diagram Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Gambar 4.5 Diagram Responden Berdasarkan Pekerjaan	40

