

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

(Studi Pada TikTok Shop Ceilo Official)

SKRIPSI



Oleh:

GITA MARDHATILLA NOVIARAFITA

NPM 21042010079

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Pada TikTok Shop Cello Official)

Disusun Oleh :
GITA MARDHATILLA NOVIARAFITA
NPM.21042010079

Telah Dissetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Dr. Gatur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Pada TikTok Shop Cello Official)

Dlsusun Oleh :

GITA MARDHATILLA NOVIARAFITA
NPM.21042010079

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 15 Mei 2025

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA


Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP.196009241993032001

TIM PENGUJI

1. Ketua 
Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB
NPT. 21219920526338
2. Sekretaris 
R. Yuniardi Rusdianto, S.Sos., M.Si
NIP. 197206132021211003
3. Anggota 
Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP.196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Gita Mardhatilla Noviarafita
NPM : 21042010070
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya Dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemulan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 15 Mei 2025
Yang membuat pernyataan



Gita Mardhatilla Noviarafita
NPM. 21042010079

*pilih salah satu (lingkari)

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala karunia serta rahmat-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi ini dengan judul **“PENGARUH *LIVE STREAMING, CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada TikTok Shop Ceilo Official)”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan berwujud baik tanpa adanya dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada Ibu Dra. Lia Nirawati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan bimbingan sehingga terselesaikannya laporan skripsi ini. Pada kesempatan ini, penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Dr.Acep Samsudin., S.Sos.,MM.,MA selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur atas ilmu yang telah diberikan kepada penulis.
4. Kepada orang tua penulis yang paling dicintai dan menjadi penyemangat serta sandaran terkuat dari kerasnya dunia. Bapak Subari dan Almh. Ibu Munifah, atas kepercayaan yang diberikan sehingga penulis dapat

menyelesaikan pendidikan kuliah dengan tepat waktu, dengan segala perjuangan yang tercurahkan setiap hari tanpa pernah mengeluh sedikitpun, tiada kata selain terima kasih sudah berjuang untuk kehidupan penulis, segala doa, dukungan dan kasih sayang kepada penulis yang tiada henti, terima kasih sudah menjadi orang tua terhebat bagi penulis. Semoga Bapak Subari dan Almh. Ibu Munifah selalu bangga atas apa yang penulis usahakan.

5. Kakak dan adik tercinta, Ghodziah Chanifah, Khusaini Ali dan Alyza Alnaira Azrina Khusaini, atas segala dukungan, kasih sayang, cinta dan kasih yang diberikan. Segala bentuk bantuan, usaha dan perjuangan untuk penulis bisa menyusun skripsi ini dengan tepat waktu, terima kasih penulis ucapkan kepada kakak sekaligus orang tua kedua bagi penulis. Semoga kebahagiaan menyertai kehidupan kalian.
6. Owner Ceilo Official yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian.
7. Dengan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga besar saya atas segala doa, dukungan moral, serta kasih sayang yang tiada henti selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Rekan dan sahabat penulis, terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. yang telah berkontribusi, memberi banyak motivasi dan dukungan.

9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran demi kelancaran penyusunan skripsi ini.

10. Dan terakhir, kepada penulis diri saya sendiri Gita Mardhatilla Noviarafita.

Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri di titik ini, walau sering kali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Terima kasih karena memutuskan tidak menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi, ini merupakan pencapaian yang patut di apresiasi untuk diri kita sendiri.

Dalam penyusunan laporan skripsi ini, penulis menyadari banyak kekurangan baik dari segi teknis maupun alam segi penyusunannya. Untuk itu penulis senantiasa bersedia dan terbuka dalam menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Besar harapan penulis agar laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih dan semoga Allah SWT senantiasa memberikan petunjuk bagi kita semua Amin.

Surabaya, April 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
BAB I PENDAHULUAN.....	11
1. 1 Latar Belakang.....	11
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian	20
1. 4 Manfaat Penelitian	20
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Penelitian Terdahulu	21
2.2 Landasan Teori.....	25
2.2.1 Manajemen Pemasaran	25
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	26
2.2.3 Keputusan Pembelian	30
2.2.4 <i>Live Streaming</i>	37
2.2.5 <i>Content Marketing</i>	39
2.2.6 Online Customer Review.....	43
2.3 Hubungan Antar Variabel	47
BAB III METODE PENELITIAN	52
3.1 Jenis Penelitian.....	52
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	52
3.3 Populasi, Teknik Penarikan Sampel dan Sampel.....	62
3.3.1 Populasi.....	62
3.3.2 Teknik Penarikan Sampel	62
3.3.3 Sampel	63
3.4 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	65

3.5 Teknik Analisi Data	67
3.5.1 Uji Validitas	67
3.5.2 Uji Reliabilitas	68
3.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	69
3.5.4 Uji Analisis Regresi Linier Berganda	71
3.5.5 Uji Hipotesis	72
3.6 Waktu Penelitian	75
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	76
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian dan Penyajian Data	76
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	76
4.1.2 Penyajian Data	79
4.2 Analisi Pengujian Hipotesis	93
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	93
4.3 Analisis Koefisien Determinasi	105
4.4 Pembahasan.....	105
BAB V PENUTUP	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	118
LAMPIRAN.....	123

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1TikTok Shop Ceilo Official.....	14
Gambar 1. 2 Feeds Content Marketing	16
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	28
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	50
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan	77
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi.....	78
Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas.....	96
Gambar 4. 4 Hasil Uji Heterokedastisitas	98

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jawal Sesi Live Streaming.....	13
Tabel 3. 1 Variabel dan Indikator Penelitian	60
Tabel 3. 2 Skala Likert	66
Tabel 3. 3 Jadwal Penelitian.....	75
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	80
Tabel 4. 3 Distribusi Tanggapan Responden Variabel <i>Live Streaming</i> (X1).....	82
Tabel 4. 4 Distribusi Tanggapan Responden Variabel <i>Content Marketing</i> (X2)..	85
Tabel 4. 5 Distribusi Tanggapan Responden Variabel <i>Online Customer Review</i> .	88
Tabel 4. 6 Distribusi Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	91
Tabel 4. 7 Tabel Uji Validitas	94
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	95
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolonieritas	97
Tabel 4. 10 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	99
Tabel 4. 11 Hasil Uji F	101
Tabel 4. 12 Hasil Uji T.....	103
Tabel 4. 13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi	105
Tabel 4. 14 Matriks Penelitian	111

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	123
Lampiran 2 Jawaban Responden.....	128
Lampiran 3 Output SPSS	143
Lampiran 4 Plagiasi.....	150

ABSTRAK

Gita Mrdhatilla Noviarafita, 21042010079, **Pengaruh *Live Streaming*, *Content Marketing* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada TikTok Shop Ceilo Official).**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Live Streaming*, *Content Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian pada platform E-commerce TikTok Shop, dengan fokus pada followers Ceilo Official. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif, yang menguji hubungan antar variabel yang diteliti. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 98 responden yang dipilih dengan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan sampel yang disesuaikan dengan kriteria tertentu, yaitu mereka yang merupakan followers Ceilo Official di TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Live Streaming* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan siaran langsung di platform TikTok dapat meningkatkan minat dan kepercayaan konsumen, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pembelian. *Content Marketing* juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Strategi pemasaran yang dilakukan dengan cara menyajikan konten yang menarik dan relevan bagi konsumen dapat meningkatkan minat beli. Namun, *Online Customer Review* tidak menunjukkan pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, yang berarti meskipun ulasan konsumen secara umum dapat memengaruhi keputusan, dalam konteks penelitian ini, faktor tersebut tidak berperan secara dominan. Secara simultan, ketiga variabel tersebut terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan wawasan penting bagi pemasar dan pelaku bisnis mengenai efektivitas penggunaan *Live Streaming*, *Content Marketing*, dan *Online Customer Review* dalam mempengaruhi keputusan pembelian melalui E-commerce di TikTok Shop.

Kata Kunci: *Live Streaming, Content Marketing, Online Customer Review, Keputusan Pembelian, TikTok Shop, Ceilo Official.*

ABSTRACT

Gita Mrdhatilla Noviarafita, 21042010079, ***The Influence of Live Streaming, Content Marketing and Online Customer Review on Purchasing Decisions (Study on TikTok Shop Ceilo Official).***

This study aims to analyze the influence of Live Streaming, Content Marketing, and Online Customer Review on purchasing decisions on the TikTok Shop E-commerce platform, focusing on Ceilo Official followers. This study uses a quantitative approach with an associative method, which tests the relationship between the variables studied. Data were collected by distributing questionnaires to 98 respondents selected using the purposive sampling technique, namely the selection of samples adjusted to certain criteria, namely those who are Ceilo Official followers on TikTok. The results of the study showed that Live Streaming has a positive and significant influence on purchasing decisions. This shows that live broadcast activities on the TikTok platform can increase consumer interest and trust, thus encouraging them to make purchases. Content Marketing has also been shown to have a positive and significant influence on purchasing decisions. Marketing strategies carried out by presenting interesting and relevant content for consumers can increase purchasing interest. However, Online Customer Review does not show a significant partial influence on purchasing decisions, which means that although consumer reviews can generally influence decisions, in the context of this study, this factor does not play a dominant role. Simultaneously, the three variables are proven to have a significant influence on purchasing decisions. This finding provides important insights for marketers and business actors regarding the effectiveness of using Live Streaming, Content Marketing, and Online Customer Review in influencing purchasing decisions through E-commerce on TikTok Shop.

Keywords: *Live Streaming, Content Marketing, Online Customer Review, Purchasing Decisions, TikTok Shop, Ceilo Official.*