PENGARUH CONTENT MARKETING, LIVE SHOPPING DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAT CONDO DI TIKTOKSHOP CASPIRA

SKRIPSI

Oleh :

Hasna Salsabila

206221048

PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

2026

PENGARUH CONTENT MARKETING, LIVE SHOPPING DAN CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK CAT CONDO DI TIKTOKSHOP CASPIRA

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Digital

Universitas Ngudi Waluyo

Oleh :

Hasna Salsabila

206221048

PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI, HUKUM & HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING, LIVE SHOPPING* DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *CAT CONDO* DI TIKTOKSHOP CASPIRA

Disusun Oleh :

Hasna Salsabila

206221048

PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI HUKUM DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

Telah diperiksa dan disetujui oleh dosen pembimbing serta diperkenankan untuk diajukan :

Ungaran, 07 desember 2025

PEMBIMBING

Jaya Ramadaey Bangsa, S.E.,M.M

NIDN. 0623039201

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

PENGARUH *CONTENT MARKETING, LIVE SHOPPING* DAN *CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *CAT CONDO* DI TIKTOKSHOP CASPIRA

Oleh:

HASNA SALSABILA

NIM : 206221048

Telah dipertahankan dan diujikan didepan Tim Penguji Skripsi Program Studi Bisnis Digital, Universitas Ngudi Waluyo, Pada:

Hari : Senin

Tanggal : 9 Februari 2026

Ketua/ Pembimbing Utama

Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M.
NIDN.0623039201

Penguji 1	**Penguji 2**
Irsal Fauzi, S.E., M.M.	Eko Nur Hermansyah, S.Hum., M.Kom.
NIDN.0609078501	NIDN.0623089202

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum & Humaniora	**Ketua Program Studi**
Budiati, S.Pd., M.Pd.	Setya Indah Ishawati, S.I.Kom., M.M.
NIDN.0607038201	NIDN.0623059302

iv

PERNYATAAN ORISINILITAS

PERNYATAAN ORISINILITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama	: Hasna Salsabila
NIM	: 206221048
Program Studi/Fakultas	: Bisnis Digital

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi berjudul "Pengaruh *Content Marketing, Live shopping* dan *Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Cat Condo* di Tiktokshop Caspira" adalah karya ilmiah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di Perguruan Tinggi manapun
2. Skripsi ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber.
3. Skripsi ini tidak memuat karya atau pendapat orang lain yang telah dipublikasikan kecuali secara tertulis dicantumkan dalam naskah sebagai acuan dengan menyebut nama pengarang dan judul aslinya serta dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran di dalam pernyatan ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah saya peroleh dan sanksi lain sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Ngudi Waluyo.

Ungaran, 30 Januari 2026

Pembimbing

Yang membuat pernyataan,

Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M.
NIDN. 0623039201

Hasna Salsabila
NIM. 206221048

Dipindai dengan CamScanner

v

HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI

HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hasna Salsabila

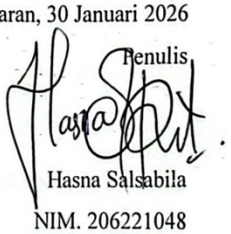
NIM : 206221048

Program Studi : Bisnis Digital

Menyatakan memberi kewenangan kepada Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, mengalih media/format, merawat, mempublikasikan skripsi saya yang berjudul "Pengaruh *Content Marketing, Live Shopping* dan *Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Cat Condo* di Tiktokshop" untuk kepentingan akademik.

Ungaran, 30 Januari 2026

Penulis



Hasna Salsabila

NIM. 206221048

Dipindai dengan CamScanner

vi

RIWAYAT HIDUP

Nama : Hasna Salsabila

Tempat, Tanggal Lahir : Wonogiri, 06 April 2004

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat : Kenteng, RT 03/ RW 07, Purwantoro, Wonogiri.

Alamat Email : h45na644@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. Sekolah Dasar Islam Terpadu Nurul Iman Purwantoro, 2010 – 2016
2. Sekolah Menengah Pertama Islam Terpadu Al-Huda Wonogiri, 2016 – 2019
3. Sekolah Menengah Atas Islam Terpadu Al-Huda Wonogiri, 2019 – 2022
4. S1 Bisnis Digital, Fakultas Ekonomi, Hukum & Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo, 2022 – Sekarang

Pengalaman Organisasi

1. Anggota Karangtaruna Desa Kenteng

Pengalaman Lain

1. Bekerja sebagai asisten pribadi Kepala Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Provinsi Jawa Tengah
2. Magang sebagai admin online di CV. Bangkit Jadi Terang
3. Magang sebagai admin online di Caspira

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis diberikan kesehatan, kelancaran, serta kemampuan untuk menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Content Marketing, Live Shopping*, dan *Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian Produk *Cat Condo* di Tiktokshop Caspira". Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari proses akademik yang harus ditempuh oleh penulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital, Universitas Ngudi Waluyo.

Skripsi ini disusun sebagai bentuk penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh penulis selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan, khususnya yang berkaitan dengan strategi pemasaran digital, perilaku konsumen, serta pemanfaatan media sosial sebagai sarana pemasaran. Melalui penelitian ini, penulis berupaya untuk menganalisis pengaruh *content marketing, live shopping*, dan *customer review* terhadap keputusan pembelian, yang saat ini menjadi faktor penting dalam perkembangan aktivitas perdagangan digital, khususnya pada *platform* Tiktokshop.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan hambatan, baik dari segi teknis penelitian maupun pengolahan data. Namun, berkat bimbingan, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya. Oleh karena itu, penulis menyadari bahwa keberhasilan penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari peran

serta banyak pihak yang telah memberikan kontribusi secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah Subhanahu wa Ta'ala atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Tanpa pertolongan, kemudahan, serta kekuatan yang diberikan-Nya, penulis tidak akan mampu menyelesaikan skripsi ini sebagaimana mestinya.
2. Prof. Dr. Subyantoro, M.Hum., Selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo
3. Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M., Selaku Ketua Program Studi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo
4. Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M, Selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan yang membangun selama proses penyusunan skripsi.
5. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Program Studi Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan, serta pengalaman yang sangat bermanfaat bagi penulis selama masa perkuliahan.
6. Orang tua tercinta, yang telah memberikan kasih sayang, doa yang tiada henti, dukungan moral maupun material, serta motivasi kepada penulis sejak awal perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini. Dukungan dan pengorbanan bapak dan ibuk menjadi kekuatan utama bagi penulis dalam menghadapi setiap proses dan tantangan selama masa studi.

7. Pihak Caspira, Tim Caspira, yang memberi penulis kesempatan untuk melakukan penelitian dan membantu penulis dalam memperoleh data yang diperlukan untuk menyiapkan skripsi ini.
8. Teman-teman, sahabat, serta seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan kepada penulis baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penyusunan skripsi ini.

Ungaran, 18
Desember 2025



Hasna Salsabila
NIM. 206221048

ABSTRAK

Pengaruh *Content Marketing, Live Shopping* dan *Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Cat Condo* di Tiktokshop Caspira

Hasna Salsabila
Fakultas Ekonomi, Hukum & Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo
H45na644@gmail.com

Dosen Pembimbing :
Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Content Marketing, Live Shopping*, dan *Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian produk *Cat Condo* di TikTokshop Caspira. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dengan jumlah responden sebanyak 291 responden, yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian produk *Cat Condo* di TikTokshop Caspira. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarkan secara *online*. Analisis data menggunakan metode *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan aplikasi SmartPLS. Pengujian dilakukan melalui evaluasi *outer model* dan *inner model* untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan antar variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Content Marketing* dan *Live Shopping* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan *Customer Review* tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen lebih dipengaruhi oleh konten pemasaran yang informatif dan aktivitas *live shopping* yang interaktif dibandingkan ulasan pelanggan.

Kata kunci: *content marketing, live shopping, customer review*, keputusan pembelian

ABSTRACT

The Influence of Content Marketing, Live Shopping, and Customer Reviews on Purchase Decisions for Condo Paint Products on Tiktokshop Caspira

Hasna Salsabila
Faculty of Economics, Law & Humanities, Universitas Ngudi Waluyo
H45na644@gmail.com

Supervisor:
Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M.

This study aims to analyze the effect of Content Marketing, Live Shopping, and Customer Reviews on Purchase Decisions for Cat Condo products on TikTok Shop Caspira. This research employs a quantitative approach using a survey method. The sampling technique used is purposive sampling with a total of 291 respondents, consisting of consumers who have previously purchased Cat Condo products on TikTok Shop Caspira. Data were collected through an online questionnaire. Data analysis was conducted using the Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the assistance of SmartPLS software. The analysis involved evaluating the outer model and inner model to test validity, reliability, and the relationships among variables. The results indicate that Content Marketing and Live Shopping have a significant effect on Purchase Decisions, while Customer Reviews do not have a significant effect on Purchase Decisions. These findings suggest that consumer purchase decisions are more strongly influenced by informative marketing content and interactive live shopping activities than by customer reviews.

Keywords: content marketing, live shopping, customer review, purchasing decision

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
PERNYATAAN ORISINILITAS v
HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI v
KATA PENGANTAR viii
ABSTRAK xi
ABSTRACT xii
DAFTAR ISI xiii
DAFTAR TABEL xv
DAFTAR BAGAN xvi
DAFTAR GAMBAR xvii
RIWAYAT HIDUP vii
BAB I 1
PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 8
BAB II 9
KAJIAN PUSTAKA 9
2.1 Landasan Teori 9
2.2.1 Teori Perilaku Konsumen (Consumer Behavior Theory) 9
2.2.2 *Content Marketing* 11
2.2.3 *Live Shopping* 14
2.3 Penelitian Terdahulu 23
2.4 Kerangka Berpikir & Model Penelitian 30
2.5 Hipotesis Penelitian 32
2.5.1 Pengaruh *Content Marketing* terhadap Keputusan Pembelian 32

2.5.2 Pengaruh *Live Shopping* terhadap Keputusan Pembelian 34
2.5.3 Pengaruh *Customer Review* dalam Keputusan Pembelian 36
BAB III 38
METODE PENELITIAN 38
3.1 Pendekatan Penelitian 38
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian 38
3.3 Populasi dan Sampel 39
3.4 Teknik Pengambilan Sampel 41
3.5 Data dan Jenis Data 42
3.6 Teknik Pengumpulan Data 43
3.7 Instrumen Penelitian 44
3.8 Definisi Operasional Variabel 45
3.9 Analisis Data 48
BAB IV 58
HASIL DAN PEMBAHASAN 58
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 58
4.1.1 Tentang Caspira 59
4.1.1 Analisis Deskriptif Berdasarkan Jenis Kelamin 60
4.1.2 Analisis Deskriptif Berdasarkan Usia 61
4.1.3 Analisis Deskriptif Berdasarkan Pekerjaan 62
4.2 Hasil Penelitian 63
4.2.1 Hasil Uji Model Pengukuran (*Outer Model*) 71
4.2.2 Hasil Uji Model Struktural (*Inner Model*) 77
4.3 Pembahasan 81
BAB V 86
KESIMPULAN & SARAN 86
5.1 Kesimpulan 86
5.2 Saran 87
DAFTAR PUSTAKA 88
LAMPIRAN 96

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Data Pejualan Caspira 5

Tabel 2 Penelitian Terdahulu Variabel Content Marketing 24

Tabel 3 Penelitian Terdahulu Variabel Live Shopping 26

Tabel 4 Penelitian Terdahulu Variabel Customer Review 28

Tabel 5 Krejcie & Morgan (1970) 40

Tabel 6 Ukuran Skala Likert 44

Tabel 7 Definisi Operasional Variabel 46

Tabel 8 Tingkat Capaian Responden (TCR) 50

Tabel 9 Nilai Indeks Variabel 63

Tabel 10 Hasil Uji Validitas Konvergen 72

Tabel 11 Hasil Uji Validitas Diskriminan 73

Tabel 12 Hasil HTMT 74

Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas 75

Tabel 14 Hasil R-Square 78

Tabel 15 Hasil F-Square 78

Tabel 16 Hasil Uji Path Coeficient & Uji T 79

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60

Bagan 2 Data Responden Berdasarkan Usia 61

Bagan 3 Data Responden Berdasrkan Pekerjaan 62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia 3

Gambar 2 Kerangka Berfikir..... 30

Gambar 3 Model Penelitian 32

Gambar 4 Logo Caspira 60

Gambar 5 Diagram Jalur 71

Gambar 6 Diagram Jalur Bootsrapping..... 77