ANALISIS PENGARUH INFLUENCER, KONTEN DIGITAL, DAN ULASAN DARING KONSUMEN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TIKTOK-SHOP PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana S1
Program Studi Bisnis Digital

Disusun Oleh :
Zerin Deva Aulia
204212019

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
SEMARANG
2026

ANALISIS PENGARUH INFLUENCER, KONTEN DIGITAL, DAN ULASAN DARING KONSUMEN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TIKTOK-SHOP PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN SEMARANG

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Meraih Gelar Sarjana S1
Program Studi Bisnis Digital

Disusun Oleh :
Zerin Deva Aulia
204212019

PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI, HUKUM DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS NGUDI WALUYO
SEMARANG
2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi Berjudul :

ANALISIS PENGARUH INFLUENCER, KONTEN DIGITAL, DAN ULASAN DARING KONSUMEN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TIKTOK-SHOP PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN SEMARANG

Oleh :

Zerin Deva Aulia

204212019

PROGRAM STUDI S1 BISNIS DIGITAL

FAKULTAS EKONOMI, HUKUM, DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS NGUDI WALUYO

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Pembimbing serta Telah Diperkenankan untuk Diujikan

Ungaran, 1 Maret 2026

Dosen Pembimbing

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

NIDN. 0623039201

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul :

ANALISIS PENGARUH INFLUENCER, KONTEN DIGITAL, DAN ULASAN DARING KONSUMEN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MARKETPLACE TIKTOK-SHOP PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN SEMARANG

Oleh :

Zerin Deva Aulia

204212019

Telah dipertahankan dan diujikan di depan Tim Penguji Program Studi S1 Bisnis Digital Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora, Universitas Ngudi Waluyo pada :

Hari : Senin

Tanggal : 26 Januari 2026

Ketua Penguji

Irsal Fauzi, S.E., M.M.
NIDN. 0609078501

Anggota / Penguji 1

Abdul Aziz, S.E., M.M
NIDN. 0626019301

Anggota / Penguji 2

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

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora

Budiati, S.Pd., M.Pd.
NIDN. 15.070382.07.05.06

Ketua Program Studi Bisnis Digital

Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M
NIDN. 0623059302

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama	: Zerin Deva Aulia
NIM	: 204212019
Program Studi	: S1 Bisnis Digital
Fakultas	: Ekonomi, Hukum, dan Humaniora

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Tugas akhir yang berjudul "Analisis Pengaruh Influencer, Konten Digital, dan Ulasan Daring Konsumen terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Marketplace Tiktok-Shop pada Generasi Milenial di Kabupaten Semarang" adalah hasil karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik apapun di Perguruan Tinggi manapun.
2. Tugas akhir ini merupakan ide dan hasil karya murni saya yang dibimbing dan dibantu oleh tim pembimbing dan narasumber.
3. Karya tulis ilmiah/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 penyimpanan dan ketidakbenaran di dalam pernyataan 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, 2 Januari 2026



Zerin Deva Aulia

HALAMAN KESEDIAAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Zerin Deva Aulia

NIM : 204212019

Program Studi : S1 Bisnis Digital

Menyatakan memberi kewenangan pada Universitas Ngudi Waluyo untuk menyimpan, mengalih media / format, merawat, mempublikasikan skripsi saya yang berjudul "Analisis Pengaruh Influencer, Konten Digital, dan Ulasan Daring Konsumen terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Marketplace Tiktok-Shop pada Generasi Milenial di Kabupaten Semarang" untuk kepentingan akademik.

Ungaran, 2 Januari 2026



Zerin Deva Aulia

RIWAYAT HIDUP

Nama	: Zerin Deva Aulia
Tempat, Tanggal Lahir	: Kab. Semarang, 01 Oktober 2002
Jenis Kelamin	: Perempuan
Alamat	: Jl. Karimun Jawa no.16A RT01/RW06 Gedanganak, Ungaran Timur, Kabupaten Semarang, Jawa Tengah
Agama	: Islam

Riwayat Pendidikan

1. Sekolah Dasar Negeri 03 Sidomulyo (2009-2015)
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri 01 Ungaran (2015-2018)
3. Sekolah Menengah Atas Negeri 01 Ungaran (2018-2021)
4. Universitas Ngudi Waluyo - S1 Bisnis Digital (2022-2026)

Riwayat Pekerjaan :

1. Pernah bekerja di Kopi Klotok Sumeleh sebagai Supervisor (Agustus 2021 – Desember 2021)
2. Pernah bekerja di PT. Hesed Indonesia sebagai operator produksi (Januari 2022 – September 2023)
3. Sedang bekerja di PT. Ungaran Sari Garments sebagai Leader Up (Oktober 2023 – saat ini)

MOTTO

"Di dalam hatimu juga, ada sungai mengalir. Cobaan sungai berat yang pedih. Walau tak berjalan baik, walau terkadang tenggelam. Tak apa mengulang lagi, dan janganlah menyerah. Di sana pasti ada tepian, suatu saat kau pasti akan sampai" (River – JKT48)

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya." (Q.S Al-Baqarah: 286)

ANALISIS PENGARUH INFLUENCER, KONTEN DIGITAL, DAN ULASAN DARING KONSUMEN TERHADAP PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE TIKTOK-SHOP PADA GENERASI MILENIAL DI KABUPATEN SEMARANG

ABSTRAK

Latar Belakang : Perkembangan teknologi digital dan media sosial telah mendorong perilaku konsumen, khususnya pada generasi milenial dalam melakukan keputusan pembelian melalui marketplace. TikTok-Shop sebagai platform social commerce memanfaatkan peran influencer, konten digital, dan ulasan daring konsumen untuk memengahuhi keputusan pembelian konsumen.

Tujuan : Untuk menganalisis pengaruh influencer, konten digital, dan ulasan daring konsumen dalam memengaruhi keputusan pembelian pada marketplace TikTok-Shop pada generasi milenial di Kabupaten Semarang serta mengetahui variabel yang paling dominan.

Metode : Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Penelitian dilakukan di wilayah Kabupaten Semarang dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* sebanyak 380 responden. Uji statistik menggunakan uji regresi linear berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi.

Hasil : Influencer, konten, dan online review secara parsial maupun simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel influencer terbukti menjadi variabel paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian generasi milenial di marketplace TikTok-Shop.

Kesimpulan : Strategi pemasaran digital melalui pemilihan influencer yang kredibel, penyajian konten yang menarik, serta pengelolaan online review yang baik sangat berperan dalam mendorong keputusan pembelian konsumen generasi milenial.

Kata Kunci : Influencer, Konten, Online Review, Keputusan Pembelian, TikTok-Shop, Generasi Milenial.

ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF INFLUENCERS, CONTENT, AND ONLINE CUSTOMER REVIEWS ON CONSUMER BEHAVIOUR IN PURCHASING DECISIONS IN THE TIKTOK-SHOP MARKETPLACE AMONG THE MILLENNIAL GENERATION IN SEMARANG REGENCY

ABSTRACT

Background: *The development of digital technology and social media has encouraged changes in consumer behavior, particularly among the millennial generation, in making purchasing decisions through marketplaces. TikTok-Shop, as a social commerce platform, utilizes the role of influencers, digital content, and online reviews to influence consumer purchasing decisions.*
Objective: *This study aims to analyze the influence of influencers, digital content, and online reviews on purchasing decisions on the TikTok-Shop marketplace among the millennial generation in Semarang Regency, as well as to identify the most dominant variable.*
Method: *This research employs a quantitative approach using a survey method. The study was conducted in Semarang Regency using a purposive sampling technique with a total of 380 respondents. Statistical analysis was carried out using multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination test.*
Results: *Influencers, digital content, and online reviews partially and simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions. The influencer variable was proven to be the most dominant factor influencing purchasing decisions of the millennial generation on the TikTok-Shop marketplace.*
Conclusion: *Digital marketing strategies through the selection of credible influencers, the presentation of engaging content, and effective management of online reviews play an important role in encouraging purchasing decisions among millennial consumers.*

Keywords: *Influencer, Content, Online Review, Purchasing Decision, TikTok-Shop, Millennial Generation*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat kasih, rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Influencer, Konten Digital, dan Ulasan Daring Konsumen terhadap Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Marketplace Tiktok-Shop pada Generasi Milenial di Kabupaten Semarang" ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penyusunan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari banyak pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Subyantoro., M.Hum., selaku Rektor Universitas Ngudi Waluyo.
2. Budiati, S.Pd., M.Pd., selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora.
3. Setya Indah Isnawati, S.I.Kom., M.M., selaku Ketua Program Studi S1 Bisnis Digital Universitas Ngudi Waluyo.
4. Jaya Ramadaey Bangsa, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk menguji, memberikan arahan, dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Bisnis Digital Fakultas Ekonomi, Hukum, dan Humaniora yang telah memberikan banyak ilmu selama masa perkuliahan.
6. Erwin Putro Sasongko, dan Suratmi selaku orang tua yang telah turut mendoakan, mendukung, dan memberikan kasih sayang tiada tara yang menjadi motivasi penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
7. Semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang konstruktif sehingga dapat lebih baik lagi dalam menyusun laporan di masa depan. Penulis juga berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca yang membutuhkan dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Ungaran, 2 Januari 2026

Penulis

Zerin Deva Aulia

NIM. 204212019

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Perumusan Masalah 5

1.3 Tujuan Penelitian 6

1.4 Manfaat Penelitian 6

BAB II KAJIAN PUSTAKA 9

2.1 Teori yang Digunakan 9

2.1.1 Digital Marketing 9

2.1.2 Marketplace 16

2.1.3 Influencer 18

2.1.4 Konten 20

2.1.5 Online Review 22

2.1.6 Keputusan Pembelian 25

2.1.7 Pengaruh Influencer terhadap Keputusan Pembelian 25

2.1.8 Pengaruh Konten terhadap Keputusan Pembelian 26

2.1.9 Pengaruh Online Review terhadap Keputusan Pembelian 27

2.2 Penelitian Terdahulu 28

2.3 Kerangka Pemikiran 33

2.4 Konsep Hipotesis 34

BAB III METODE PENELITIAN 36

3.1 Jenis Penelitian 36

3.2 Lokasi dan Periode Penelitian 36

3.3 Populasi dan Sampel 37

3.3.1 Populasi 37

3.3.2 Teknik Penentuan Besar Sampel 37

3.3.3 Teknik Sampling 38

3.4 Sumber data 39

3.4.1 Sumber Data Primer 39

3.4.2 Sumber Data Sekunder 40

3.5 Metode Pengumpulan Data 40

3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian 41

3.6.1 Variabel Penelitian 41

3.6.2 Operasional Variabel 42

3.7 Metode Analisis Data 44
3.7.1 Analisis Deskriptif 44
3.7.2 Instrumen Penelitian 45
3.7.3 Uji Instrumen 46
3.7.4 Uji Asumsi Klasik 47
3.8 Uji Hipotesis 48
3.8.1 Analisis Regresi Linear Berganda 48
3.8.2 Uji F (Simultan) 49
3.8.3 Uji T (Parsial) 49
3.8.4 Uji Koefisien Determinasi (R2) 49
BAB IV HASIL PENELITIAN 51
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 58