

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BARANG MELALUI *ONLINE SHOP* SHOPEE  
(STUDI PADA AKUN SHOPEE 88STUFFS)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**PUTRI IYLIANA NATASHA**

**NIM. 200301115**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK**

**2023**

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT dan limpahan rahmat, taufiq serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Content Marketing, Elektronik Word of Mouth, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang Melalui Online Shop Shopee (Studi Pada Akun Shopee 88stuffs)*”**. Proposal penelitian ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan studi kuliah jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis untuk mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Ibu Nadhirotul Laily, S. PSI., M. PSI., Ph.D Psikolog selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Dr. Tumirin, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
3. Ibu Elok Vilantika, S.E., M.M Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Dr. Sukaris, SE., M.SM selaku Dosen Pengampu Mata Kuliah Metodologi Penelitian.
5. Keluarga saya tercinta terutama kedua orangtua saya Bapak Amirudin Hamzah dan Ibu Ida Suryanti yang telah memberikan Doa, Nasehat serta Motivasi yang berarti.
6. Warga NW Kopi 2.0 yang telah membantu menyusun, menghibur, dan memberikan semangat dalam penelitian ini.

7. Seluruh teman-teman saya yang selalu ada memberikan bantuan, dukungan dimanapun dan kapanpun.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna perbaikan dalam penulisan penelitian ini. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Gresik, 11 Oktober 2023

Putri Iyliana Natasha



**Putri Iyiana Natasha, 200301115, “Pengaruh *Content Marketing, Elektronik Word of Mouth, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Barang Melalui Online Shop Shopee (Studi Pada Akun Shopee 88stuffs)*”. Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik,.... 2023**

### **Abstrak**

Toko *online* merupakan toko yang tidak memiliki toko secara fisik, namun konsumen dapat dengan mudah mengakses melalui perangkat elektronik dengan disertai jaringan internet, dengan ini promosi online menjadi penting dalam bisnis pada era digital, promosi dapat dilakuakn dengan membuat *content* terkait produk yang akan dijual sehingga para konsumen akan tertarik dan meubah persepsi akan produk yang dijualkan tidak hanya itu persepsi akan harga yang ditetapkan oleh toko dan kualitas yang diberikan juga penting untuk diperhatikan, dengan harga dan kualitas yang sepadan akan membuat konsumen senang, tetapi apabila harga tidak sebanding dengan kualitas produk maka berpengaruh pada rating toko sehingga konsumen akan merasa ragu untuk membeli. Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu dan memeperoleh jawaban terkait perngaruh dari *Content Marketing, Electronic Word of Mouth*, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian barang melalui *online shop* Shopee. penelitian ini mengambil sebanyak 320 responden dengan kriteria melakukan minimal satu kali pembelian pada *platfrom* Shopee 88stuffs. Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *probability sampling*. pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini yakni menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian yang dilakukan secara parsial variabel *Content Marketing, Electronict Word of Mouth*, dan Persepsi Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dapat digunakan oleh *online shope* 88stuffs dalam melihat efektifitas strategi yang digunakan dalam memasarkan produknya.

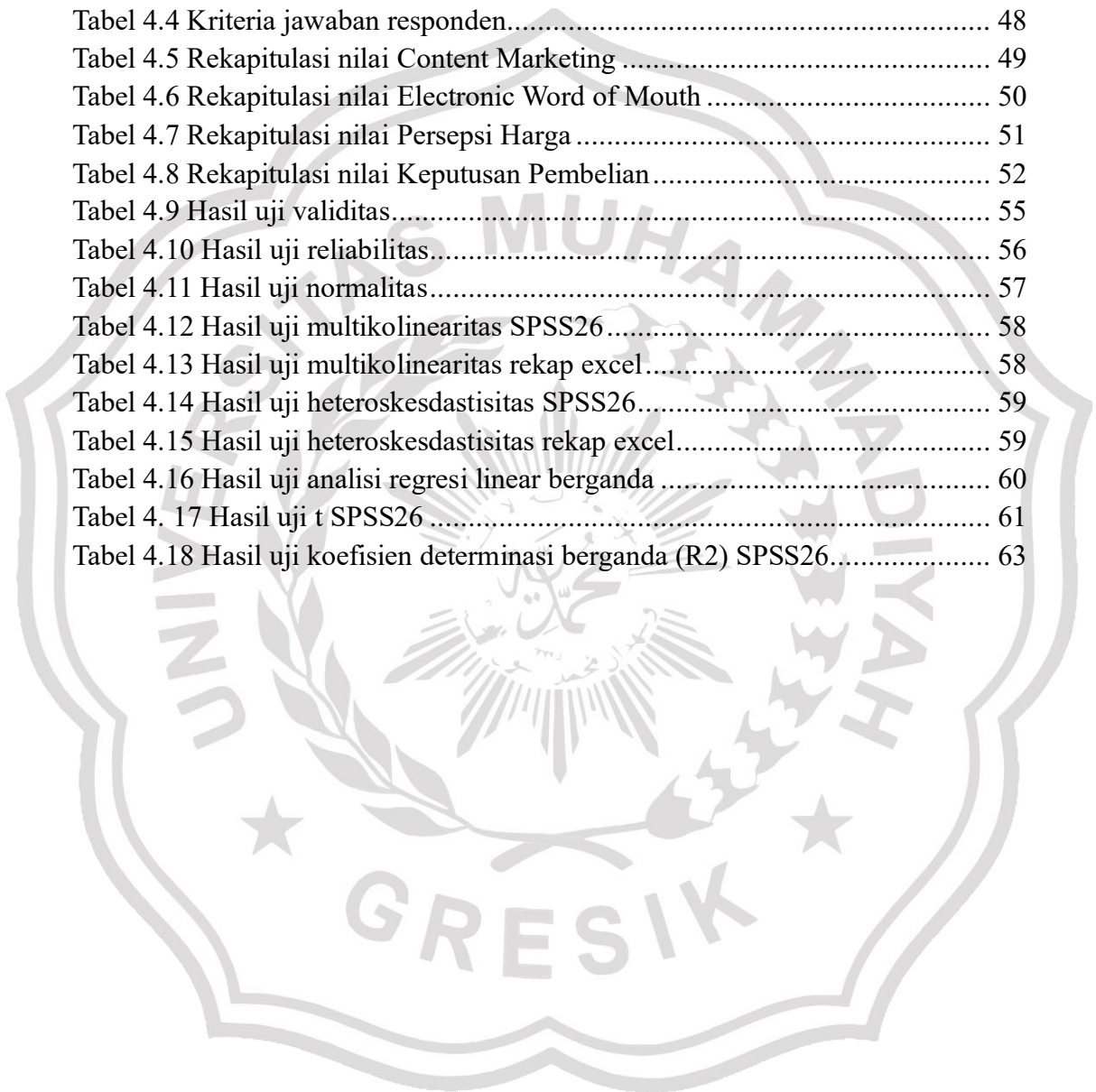
Kata Kunci: Promosi, *Content Marketing*, Persepsi.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	8x
DAFTAR LAMPIRAN.....	9xi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>12</b>
2.1 Penelitian Sebelumnya.....	12
2.2 Landasan Teori.....	15
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	27
2.4 Hipotesis.....	29
2.5 Kerangka Berpikir.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1 Pendekatan Penelitian.....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	33
3.3 Populasi dan Sampel.....	36
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	38
3.5 Teknik Pengambilan Data.....	38
3.6 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	41
3.7 Teknik Analisis Data.....	45
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>45</b>
4.1 Gambaran Objek/Subjek Penelitian.....	45
4.2 Hasil Penelitian.....	45
4.3 Pembahasan.....	63
<b>BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI.....</b>	<b>69</b>
5.1 Kesimpulan.....	69
5.2 Rekomendasi.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	71
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	73

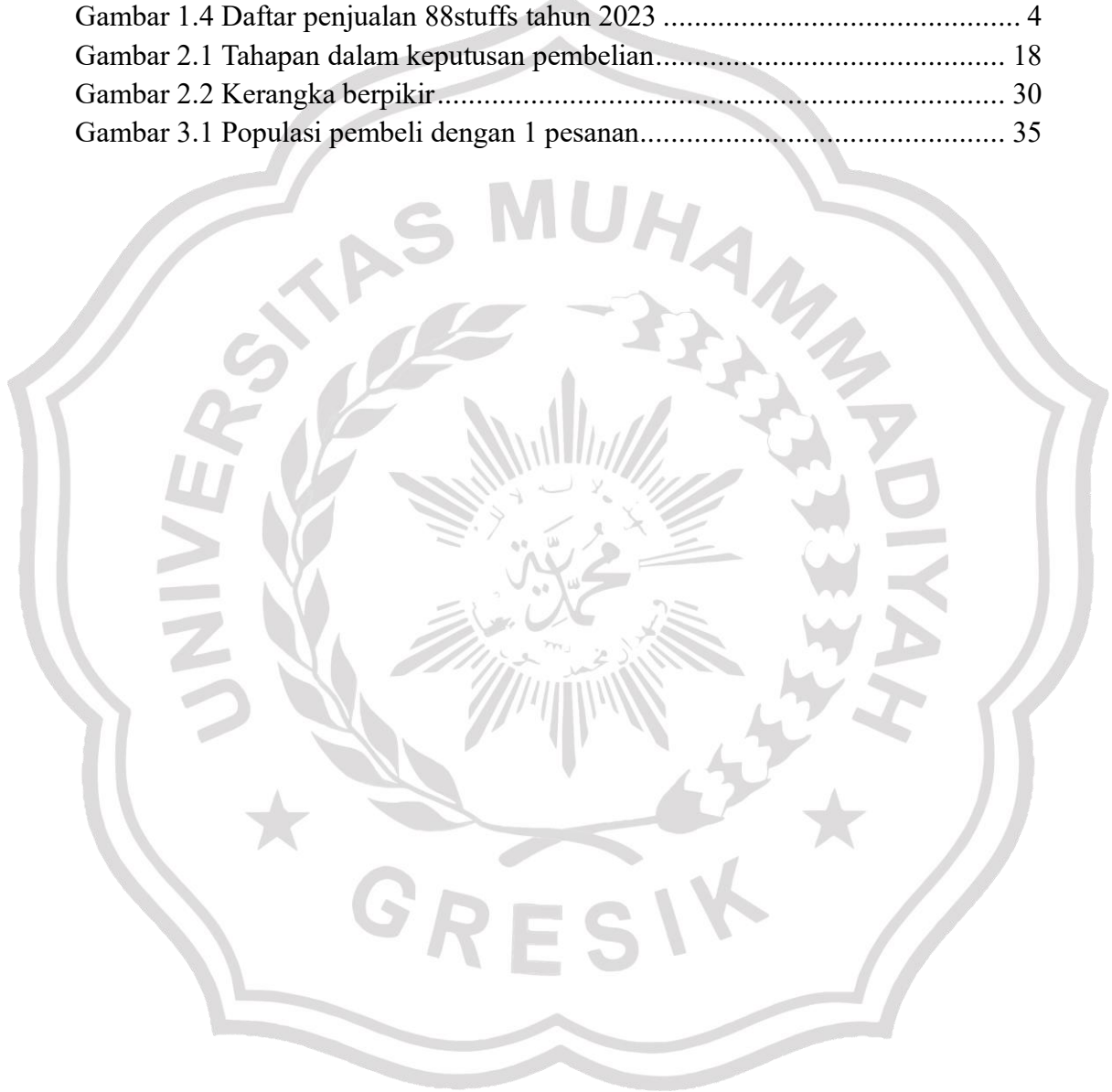
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu .....	14
Tabel 4.1 Jenis kelamin responden .....	46
Tabel 4.2 Jumlah Usia Responden.....	47
Tabel 4.3 Asal kota responden.....	47
Tabel 4.4 Kriteria jawaban responden.....	48
Tabel 4.5 Rekapitulasi nilai Content Marketing .....	49
Tabel 4.6 Rekapitulasi nilai Electronic Word of Mouth .....	50
Tabel 4.7 Rekapitulasi nilai Persepsi Harga .....	51
Tabel 4.8 Rekapitulasi nilai Keputusan Pembelian .....	52
Tabel 4.9 Hasil uji validitas.....	55
Tabel 4.10 Hasil uji reliabilitas.....	56
Tabel 4.11 Hasil uji normalitas.....	57
Tabel 4.12 Hasil uji multikolinearitas SPSS26.....	58
Tabel 4.13 Hasil uji multikolinearitas rekap excel.....	58
Tabel 4.14 Hasil uji heteroskedastisitas SPSS26.....	59
Tabel 4.15 Hasil uji heteroskedastisitas rekap excel.....	59
Tabel 4.16 Hasil uji analisi regresi linear berganda .....	60
Tabel 4. 17 Hasil uji t SPSS26 .....	61
Tabel 4.18 Hasil uji koefisien determinasi berganda (R2) SPSS26.....	63



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 E-commerce dengan jumlah pengunjung terbanyak di Indonesia tahun 2023 .....	2
Gambar 1.2 Promo Shopee tiap bulan tahun 2022.....	3
Gambar 1.3 Profil Shopee 88stuffs.....	3
Gambar 1.4 Daftar penjualan 88stuffs tahun 2023 .....	4
Gambar 2.1 Tahapan dalam keputusan pembelian.....	18
Gambar 2.2 Kerangka berpikir.....	30
Gambar 3.1 Populasi pembeli dengan 1 pesanan.....	35



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesinoner responden.....	74
Lampiran 2 Data rekapitulasi nilai responden .....	77
Lampiran 3 : Rekapitulasi rata rata nilai responden.....	107
Lampiran 4 : Uji validitas .....	108
Lampiran 5 : Uji reliabilitas .....	109
Lampiran 6 : Uji asumsi klasik.....	110
Lampiran 7 : Uji hipotesis.....	112
Lampiran 8 : Berita Acara skripsi.....	113
Lampiran 9 : Daftar perbaikan skripsi .....	114
Lampiran 10 : Lembar persetujuan.....	115
Lampiran 11 : Lembar persetujuan revisi.....	116

