

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING*
TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI
MEDIA SOCIAL TIKTOK (STUDI KASUS MAHASISWA
FISIP UNBARA)**

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen (S.M.)**



DISUSUN OLEH :

**AGETA BUNGA RIYANTI
NPM :2111071**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BATURAJA**

2025

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING*
TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI
MEDIA SOCIAL TIKTOK (STUDI KASUS MAHASISWA
FISIP UNBARA)**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ageta Bunga Riyanti
NPM : 2111071
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,



Dr. E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si
NIDN : 0228087501

Pembimbing Kedua,



Angga Wibowo Gultom, S.M.B., M.Si.
NIDN : 02-2805-8902

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si
NIDN : 0228087501

Ketua

Program Studi Manajemen



Noviansyah, S.E., M.Si
NIDN : 0220117501



UNIVERSITAS BATURAJA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Terakreditasi Institusi BAN-PT No.73/SK/BAN-PT/Ak.KP/PT/II/2025
Jalan Ki Ratu Penghulu No.02301 Karang Sari Telepon (0735) 326122
Fax.(0735)321822
Baturaja – 32113 OKU Sumatera Selatan
Website : www.unbara.ac.id Email : info@unbara.ac.id

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**Skripsi ini Telah Dipertahankan dan Disahkan
Didepan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja
(03 Juli 2025)**

Ketua	: <u>Dr.E.Mardiah Kenamon, S.E., M.Si.</u>	(.....)
	NIDN: 0228087501	
Sekretaris	: <u>Angga Wibowo Gultom, S.M.B., M.Si.</u>	(.....)
	NIDN : 02-2805-8902	
Anggota I	: <u>Novie Al Muhairah, SE., M.Si.</u>	(.....)
	NIDN: 0228117901	
Anggota II	: <u>Nourma Wulanda, S.Pd., M.M.</u>	(.....)
	NIDN : 02-1812-9102	



Mengetahui,

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr.E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si.
NIDN: 0228087501

Ketua
Program Studi Manajemen



Noviansyah, S.E., M.Si.
NIDN: 0220117501



UNIVERSITAS BATURAJA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Terakreditasi Institusi BAN-PT No.284/SK/BAN-PT/Ak.ppj/PT/IV/2023
Jl. Ki Ratu Penghulu Karang Sari No. 02301 Telp. (0735) 326122
Baturaja – 32115 Ogan Komering Ulu
Website : www.unbara.ac.id Email : info@unbara.ac.id

PERSETUJUAN PERBAIKAN (REVISI)
SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ageta Bunga Riyanti
Npm : 2111071
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Proposal : Pengaruh Content Marketing Dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Media Sosial Tiktok
(Studi Kasus Mahasiswa Fisip Unbara)

Telah direvisi, disetujui oleh tim pembimbing, tim penguji dan diperkenankan untuk menjilid skripsi

No	NAMA PEMBAHAS	TANDA TANGAN
1.	<u>Dr. E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si</u> NIDN : 02-2808-7501	1.
2.	<u>Angga Wibowo Gultom, S.M.B., M.Si</u> NIDN: 02-2805-8902	2.
3.	<u>Novie Al Muhariah, S.E., M.Si</u> NIDN: 02-2811-7901	3.
4.	<u>Nourma Wulanda, S.Pd., M.M</u> NIDN : 02-1812-9102	4.

Baturaja, 11 juli 2025

Ketua Program Studi Manajemen



Noviansyah, S.E., M.Si
NIDN : 02-2011-7501

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING*
TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI MEDIA
SOCIAL TIKTOK (STUDI KASUS MAHASISWA FISIP UNBARA)**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ageta Bunga Riyanti
NPM : 2111071
Fakultas : Ekonom Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyetujui,

Pembimbing Pertama,



Dr. E. Mardiah Kenamon, S.E., M.Si.

NIDN : 02-2808-7501

Pembimbing kedua,



Angga Wibowo Gultom, S.M.B.,
M.Si.

NIDN : 02-2805-8902

**PERNYATAAN KEASLIAN
KARYA ILMIAH**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ageta Bunga Riyanti
Tempat Dan Tanggal Lahir :Baturaja, 21 Agustus 2004
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Npm :2111071
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Media Social Tiktok (Studi Kasus Mahasiswa Fisip Unbara).

Menyatakan dengan sesungguhnya:

1. Seluruh data ,informasi,serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian,pengolahan,serta pemikiran saya dengan dengan pengarahan para pembimbing yang di tetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini aalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik , baik di fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Baturaja maupun perguruan tinggi lainnya.

Dengan demikian ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan aanya bukti ketidakbenaaran dalam pernyataan tersebut di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Baturaja, 26 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



Ageta Bunga Riyanti

NPM: 2111071

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDU	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PERBAIKAN (REVISI) SKRIPSI	iv
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	v
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
HALAMAN MOTTODAN PERSEMBAHAN	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	11
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	14
2.1.2 Peranan Pemasaran.....	15
2.1.3 Fungsi Manajemen Pemasaran.....	15
2.2 <i>Content Marketing</i>	17
2.2.1 Pengertian <i>Content Marketing</i>	17
2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Content Marketing</i>	18
2.2.3 Jenis-Jenis <i>Content Marketing</i>	19
2.2.4 Indikator <i>Content Marketing</i>	21
2.3 <i>Live Streaming</i>	23
2.3.1 Pengertian <i>Live Streaming</i>	23
2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi <i>Live Streaming</i>	24
2.3.3 Indikator <i>Live Streaming</i>	25
2.4 Keputusan Pembelian.....	27

2.4.1	PegertianKeputusanPembelian	27
2.4.2	Faktor-Faktor Yang MempengaruhiKeputusanPembelian	27
2.4.3	PeranDalam Proses KeputusanPembelian	30
2.4.4	IndikatorKeputusanPembelian	31
2.5	HubunganAntarVariabel	32
2.5.1	Hubungan Antar <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.5.2	Hubungan Antar <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	32
2.5.3	Hubungan Antar Variabel <i>Content Marketing</i> Dan <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.6	PenelitianTerdahulu	36
2.7	KerangkaPemikiran	45
2.8	Hipotesis	45
BAB III	METODE PENELITIAN	47
3.1	RuangLingkupPenelitian	47
3.2	Jenis Dan Sumber Data	47
3.2.1	Data Primer	47
3.2.2	Sumber Data	47
3.3	TeknikPengumpulan Data	47
3.3.1	Observasi	48
3.3.2	Wawancara	48
3.3.3	Kuesioner	48
3.4	Populasi Penelitian Dan Sampel Penelitian	48
3.4.1	Populasi Penelitian	48
3.5	MetodeAnalisis	51
3.5.1	AnalisisKuantitatif	51
3.5.2	Analisis Data	51
3.6	UjiValiditas Dan Reabilitas	52
3.6.1	UjiValiditas	52
3.6.2	UjiReabilitas	53
3.7	Transformasi Data	53
3.8	UjiAsumsiKlasik	54
3.8.1	UjiNormalitas	55
3.8.2	UjiMultikolinieritas	55
3.8.3	UjiHeterokedastisitas	56
3.9	AnalisisRegresi Linier Berganda	57
3.10	PengujianHipotesisi	58
3.10.1	PengujianSecaraIndividu/ ParsialUji T	58
3.10.2	PengujianSecaraBersama-Sama/ SimultanUji F	60
3.11	KoefisienDeterminasi	61
3.12	BatasanOperasionalVariabel	62
BAB IV	GAMBARAN UMUM	65
4.1	GambaranUmumObjekPenelitian	65
4.1.1	SejarahTiktok	65
4.1.2	logoTiktok	68

4.2. Gambaran Umum Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Baturaja	69
4.3. Visi Dan Misi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik	69
4.4. Struktur Organisasi	71

BAB V HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	72
5.1. Hasil Analisis Data	72
5.1.1 Karakteristik Responden	72
5.1.2. Hasil Uji Validitas	78
5.1.2. Hasil Uji Reliabilitas	80
5.1.3. Tranformasi Data	81
5.2. Uji Asumsi Klasik	82
5.2.1. Uji Normalitas	82
5.2.2. Uji Multikolineoritas	83
5.2.3. Uji Heterokedasitas	84
5.3. Analisis Regresi Linear Berganda	85
5.4. Pengujian Hipotesis	87
5.4.1. Uji T (Secara Parsial)	87
5.4.2. Uji F (Secara Simultan)	89
5.5. Hasil Koefisiensi Determinasi	91
5.4 pembahasan	92
BAB VI KESIMPULAN	97
6.1. KESIMPULAN	97
6.2. SARAN	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pembelian Di Media Sosial	2
Gambar 1.2. Pangsa Pasar Belanja Online Terbesar Ada di Gen Z dan Milenial	4
Gambar 3.1. Interval Keyakinan 95% Uji T	60
Gambar 3.2. Interval Keyakinan 95% Uji F	61
Gambar 5.5 kurva content marketing	88
Gambar 5.6 kurva live streaming	89
Gambar 5.7 kurva hasil pengujian uji f	91
Gambar 4.1 logo tiktok	68

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Penelitian Terdahulu	36
Tabel 3.1. Jumlah Mahasiswa Fakultas Fisip	49
Tabel 3.2. Batasan Operasional Variabel	62
Table 5.1. karakteristik respondes responden berdasarkan kelamin	72
Tabel 5.2. karakteristik respondes responden berdasarkan umur	73
Tabel 5.3. karakteristik respondes responden berdasarkan kelamin	74
Tabel 5.4. nama akun	75
Tabel 5.5. hasil uji validitas	62
Tabel 5.6. hasil uji normalitas	82
Tabel 5.7. hasil uji multikolinearitas	84
Tabel 5.8 hasil uji heteroskedastisitas	85
Tabel 5.9. analisis regresi linear berganda	86
Tabel 5.10. hasil uji t	87
Tabel 5.11. hasil uji f	90
Tabel 5.12. hasil uji koefisiensi determinasi	91

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Distribusi R

Lampiran 2 Tabel Distribusi T

Lampiran 3 Tabel Distribusi F

Lampiran 4 Kuesioner

Lampiran 5 Data Ordinal

Lampiran 6 Output SPSS

Lampiran 7 Surat Riset

Lampiran 8 Nama Akun Tiktok

Lampiran 9 Dokumentasi

Lampiran 10 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi