



Pengaruh *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktokshop

The Influence Of Content Marketing, Influencer Marketing, and Electronic Word Of Mouth (E-WOM) On Tiktokshop Consumer Purchase Decisions

Nur Lailatul Kamilah
192010200293

Dosen Pembimbing
Dr. Rifdah Abadiyah, SE, M.S.M., CHCM

Dosen Penguji
Dewi Komala Sari, S.E., M.M
Dr. Vera Firdaus, S.Psi., M.M.

**Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis, Hukum Dan Ilmu Sosial**

**Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
Oktober, 2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Pengaruh *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, dan *Electronic Word Of Mouth (E-WOM)* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktokshop

Nama Mahasiswa : Nur Lailatul Kamilah

NIM : 192010200293

Disetujui oleh

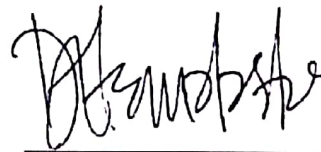
Dosen Pembimbing

Dr. Rifdah Abadiyah, SE., M.S.M., CHCM
NIDN. 0705027502



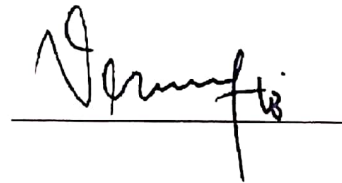
Dosen Penguji 1

Dewi Komala Sari, S.E., M.M
NIDN. 0729097701



Dosen Penguji 2

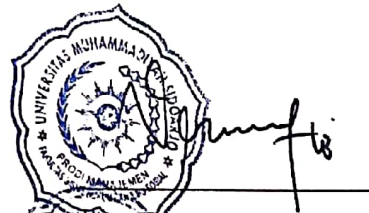
Dr. Vera Firdaus, S.Psi., M.M.
NIDN. 0715067304



Diketahui oleh

Ketua Program Studi

Dr. Vera Firdaus, S.Psi., M.M.
NIDN. 0715067304



Dekan

Poppy Febriana, S.Sos.M.Med.Kom
NIDN. 0711028001



Tanggal Ujian

(16 Oktober 2023)

Tanggal Lulus

(17 Oktober 2023)

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	iv
DAFTAR TABEL	iv
I. Pendahuluan	1
Rumusan Masalah.....	1
Tujuan Penelitian	1
Kategori SDGs.....	1
II. Literature rview	3
A. <i>Content Marketing</i>	3
B. <i>Influencer Marketing</i>	3
C. <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	4
D. Keputusan Pembelian	4
III. Metode penelitian	4
IV. Hasil dan Pembahasan	7
Karateristik Responden.....	7
Deskripsi Jawaban Responden	8
Pengujian Outer Model.....	9
Pengujian Inner Model	12
Pengujian Hipotesis	12
Pembahasan	13
V. Kesimpulan	15
DAFTAR PUSTAKA	16

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Data Statistik Jumlah Pengguna Tiktok	2
Gambar 2. Kerangka Konseptual	4
Gambar 3. <i>Output Bootstrapping</i>	12

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Indikator Variabel	5
Tabel 2. Responden Berdasarkan Usia	7
Tabel 3. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	7
Tabel 4. Jawaban Responden Variabel <i>Content Marketing</i>	8
Tabel 5. Jawaban Responden Variabel <i>Influencer Marketing</i>	8
Tabel 6. Jawaban Responden Variabel <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	8
Tabel 7. Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	9
Tabel 8. Nilai <i>Loading Factor</i>	10
Tabel 9. Nilai AVE	10
Tabel 10. Nilai <i>Cross Loading</i>	11
Tabel 11. <i>Composite Reliability Value</i>	11
Tabel 12. Nilai <i>R Square</i>	12
Tabel 13. <i>Path Coefficient</i>	13

SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama Mahasiswa : Nur Lailatul Kamilah
NIM : 192010200293
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

DAN

Dosen Pembimbing : Dr. Rifdah Abadiyah, SE., M.S.M., CHCM
NIK/NIP : 0705027502
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis, Hukum dan Ilmu Sosial

MENYATAKAN bahwa, karya tulis ilmiah dengan rincian:

Judul : Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktokshop
Kata Kunci : Content Marketing, Influencer Marketing, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Keputusan Pembelian.

TELAH:

1. Disesuaikan dengan petunjuk penulisan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Berdasarkan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah Mahasiswa.
2. Lolos uji cek kesamaan sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

SERTA*:

- Bertanggung jawab untuk** melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah. Khususnya Lampiran Huruf B.
- Menyerahkan tanggung jawab untuk** melakukan publikasi karya tulis ilmiah tersebut ke jurnal ilmiah/prosiding sesuai ketentuan Surat Keputusan Rektor UMSIDA tentang Pedoman Karya Tulis Ilmiah khususnya Lampiran Huruf B kepada Bidang Pengembangan Publikasi Ilmiah DRPM UMSIDA.

Demikian pernyataan dari saya, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya. Terima Kasih.

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



Dr. Rifdah Abadiyah, SE., M.S.M., CHCM
NIP. 0705027502

Sidoarjo, (/ / 2023)
Mahasiswa



UMSIDA
METRA
TEMPEL
C34AKX650873097

Nur Lailatul Kamilah
NIM. 192010200293

*centang salah satu

**PERNYATAAN MENGENAI KARYA TULIS ILMIAH DAN SUMBER INFORMASI SERTA
PELIMPAHAN HAK CIPTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya ilmiah tugas akhir saya dengan judul **“Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, dan Electronic Word Of Mouth (E-WOM) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tiktokshop”** adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Referensi di bagian akhir karya tulis ilmiah tugas akhir saya ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Muhammadiyah Sidoarjo.

Sidoarjo, September 2023



Nur Lailatul Kamilah
192010200293