

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @SOCIOLLA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis



OLEH :

**DINA MERLINDA SARI**

NBI: 1121900067

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
SURABAYA  
2023**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN  
*ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KECANTIKAN PADA FOLLOWERS AKUN  
INSTAGRAM @SOCIOLLA**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik  
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1  
Program Studi Administrasi Bisnis



**OLEH :**

**DINA MERLINDA SARI**

**NIM : 1121900067**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
SURABAYA**

**2023**

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

**Nama** : Dina Merlinda Sari  
**NIM** : 1121900067  
**Judul** : Pengaruh *Content Marketing* Dan *Online Customer Review*  
Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada  
Followers Akun Instagram @Sociolla

**Surabaya, 26 Juni 2023**

**Mengetahui,**  
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu**  
**Politik**  
**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Disetujui Oleh**  
**Dosen Pembimbing 1**

  
**Dr. Dra Ayu Maduwinarti, M.P.**  
**NPP. 20120.87.0103**

  
**Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**  
**NPP. 20120.93.0305**

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada tanggal 26 Juni 2023:

Dewan Penguji,

1. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.  
NPP. 20120.93.0305

2. Drs. Ute Ch. Nasution, MS  
Anggota

3. Dra. Sri Andayani, M.M  
Anggota

(  )

(  )

Mengesahkan,  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA  
Dekan



Dr. Dra. Ayu Maduwinarti, M.P  
NPP. 20120.87.0103

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dina Marlinda Sari

NPM : 1121900067

Program Studi : Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Pada Followers Akun Instagram @Sociolla

Menyatakan :

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya

Surabaya, 26 Juni 2023

Yang



Dina Marlinda Sari



UNIVERSITAS  
17 AGUSTUS 1945  
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN  
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA  
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)  
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dina Merlinda Sari  
NBI/ NPM : 1121900067  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosiasal dan Ilmu Politik  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/Praktek\*

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul:

Pengaruh *Brand Ambassador* Dan *Korean Wave* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic Pada Masyarakat Kota Gresik.

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty - Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Pada tanggal : 26 Juni 2023

Yang Menyatakan,



(Dina Merlinda Sari)

## **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini saya persembahkan untuk orang-orang disekitar saya yang saya cintai, khusus nya kepada orangtua saya terimakasih atas dukungan moral dan materi yang telah diberikan agar saya dapat mengemban pendidikan hingga ke perguruan tinggi ini memberikan saya cinta dan kasih sayang. Serta terimakasih kepada almamater yang saya cintai, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya karena sudah memberikan ilmu-ilmu lebih yang tidak saya terima selama di bangku sekolah.

## **MOTTO**

*“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri. Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kegiatan) itu untuk dirimu sendiri.”*

*(QS. Al-Isra’: 7)*



## ABSTRAK

Perkembangan teknologi makin canggih di era globalisasi saat ini. Karena banyak keuntungannya, teknologi ini menghasilkan pendapatan yang signifikan bagi banyak orang. Dahulu pembelian hanya bisa dilakukan secara langsung di toko-toko, namun kini kita tidak perlu lagi keluar rumah. Sepuluh situs web e-commerce, menurut iPrice (2021), menerima visitor situs web dan media sosial terbanyak. Chrisanti Indiana, Christopher Madiam, dan John Rasjid mendirikan startup e-commerce Sociolla pada tahun 2014. Perusahaan beroperasi melalui situs web. Setelah mengalami penurunan tajam pada kuartal kedua dan ketiga tahun 2020, kunjungan bulanan ke situs web Sociolla Indonesia meningkat menjadi sekitar 3,1 juta pada kuartal keempat tahun itu. Data dari Social Bella Indonesia menunjukkan adanya peningkatan belanja di wilayah Jawa Timur sebesar 23 persen dari tahun 2019 hingga 2021, menandakan bahwa organisasi ini selalu memperhatikan kebutuhan kecantikan para penggiat kecantikan di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini ingin meneliti pengaruh *Content Marketing* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan pada *followers* akun instagram @Sociolla, pengaruh *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan pada *followers* akun instagram @Sociolla, serta pengaruh *Content Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap keputusan pembelian produk kecantikan pada *followers* akun instagram @Sociolla. Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana pendekatan ini hasil penelitiannya disajikan dalam bentuk deskriptif yang menggunakan angka statistik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kecantikan pada *followers* akun Instagram Sociolla, lalu untuk keputusan pembelian produk kecantikan oleh *followers* Sociolla Instagram tidak terpengaruh oleh *online customer review*.

**Kata kunci:** *content marketing, online customer review, followers*

## ABSTRACT

*The development of technology is getting more sophisticated in the current era of globalization. Because of its many advantages, this technology generates significant income for many people. In the past, purchases could only be made directly at stores, but now we no longer need to leave the house. Ten e-commerce websites, according to iPrice (2021), receive the most website and social media visitors. Chrisanti Indiana, Christopher Madiam, and John Rasjid founded e-commerce startup Sociolla in 2014. The company operates through a website. After experiencing a sharp decline in the second and third quarters of 2020, monthly visits to the Sociolla Indonesia website increased to around 3.1 million in the fourth quarter of that year. Data from Social Bella Indonesia shows an increase in spending in the East Java region by 23 percent from 2019 to 2021, indicating that this organization always pays attention to the beauty needs of beauty enthusiasts in Indonesia. The purpose of this study is to examine the effect of Content Marketing on purchasing decisions for beauty products on followers of the @Sociolla Instagram account, the effect of Online Customer Review on purchasing decisions for beauty products on followers of the @Sociolla Instagram account, and the effect of Content Marketing and Online Customer Review on purchasing decisions for beauty products on followers of the @Sociolla Instagram account. This type of research in this study is research that uses quantitative research methods, where this approach the research results are presented in descriptive form using statistical numbers. The results showed that content marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions for beauty products on Sociolla Instagram account followers, then for purchasing decisions for beauty products by Sociolla Instagram followers are not affected by online customer reviews.*

**Keywords:** *content marketing, online customer reviews, followers*

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada kehadiran Allah SWT atas segala ridho dan hidayahnya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul **“PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KECANTIKAN PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @SOCIOLLA”**. Penelitian skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S-1) di Jurusan Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik 17 Agustus 1945 Surabaya.

Dalam penyusunan skripsi ini peneliti banyak mendapat saran, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

Allah Subhanahu Wata'ala atas berkat dan rahmat-Nya, saya diberikan kemampuan dan kekuatan untuk menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPA., selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M selaku Ketua Program Studi yang telah memberikan pengarahan dan pemahaman terkait dengan skripsi.

Kedua orang tua, Papa dan Mama yang selalu mendidik, mendukung, memberi semangat serta tak henti-hentinya mendoakan penulis.

Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M Selaku dosen pembimbing I dan Ibu Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P Selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.

Winda Ayu Kusmasari dan Elsa Oktaviasari sebagai kakak yang selalu menyemangati serta selalu memberi dukungan dan motivasi pada saat pengerjaan skripsi ini.

Aryaputra Bagas Wicaksana sebagai kekasih penulis yang telah memberikan kontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, meluangkan banyak tenaga, pikiran, materi maupun moril dan senantiasa sabar menghadapi penulis.

Alvina Lailish Shoba, Rosalia Juwita Putri, Maulida Iklimah, Dyah Ayu Niken Ari Anggraheni dan Feby Surya Arjhini selaku teman penulis yang sudah sama-sama berjuang dalam perkuliahan hingga menyelesaikan skripsi.

Putri Maria Zulfanah, Lely Indah Wati dan Tsany Diana Assyifa selaku teman penulis yang selalu memberikan dukungan dan hiburan.

Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoseok, Park Jimin, Kim Taehyung, dan Jeon Jungkook yang selalu memberikan hiburan dan penyemangat serta menjadi inspirasi peneliti saat mengerjakan penelitian skripsi ini.

Penjaga kos 27 yang memberikan semangat dan dukungan saat menyusun penelitian skripsi.

Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.

Seluruh teman-teman dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, Terima kasih.

Akhir kata, semoga Allah SWT atas segala ridho dan hidayahnya membalas segala amal baik pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan penelitian skripsi ini.

Surabaya, 14 Juni 2023

Dina Merlinda Sari

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
MOTTO.....	vii
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI .....	xii
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2 Manfaat Praktis .....	6
1.5 Sistematika Penulisan .....	6
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	9
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Landasan Teori .....	22
2.2.1 Digital Marketing .....	22
2.2.2 Media Sosial .....	23
2.2.3 Content Marketing.....	26

2.2.4 <i>Word Of Mouth (WOM)</i> .....	29
2.2.5 <i>Online Customer Review</i> .....	30
2.2.6 Keputusan Pembelian .....	34
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran.....	42
2.4 Hipotesis .....	42
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	<b>45</b>
3.1 Rancangan Penelitian .....	45
3.2 Populasi dan Sampel .....	45
3.2.1 Populasi .....	45
3.2.2 Sampel.....	45
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	46
3.3.1 Skala Pengukuran.....	46
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	48
3.5 Teknik Analisis Data .....	49
3.5.1 Uji Asumsi Klasik .....	49
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda .....	49
3.5.3 Uji Hipotesis.....	50
<b>BAB IV. PENYAJIAN, ANALISA, DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>53</b>
4.1 Penyajian Data .....	53
4.1.1 Gambaran Obyek Penelitian .....	53
4.1.2 Karakteristik Responden .....	58
4.1.3 Uji Instrumen .....	60
4.1.3 Tabulasi Data .....	65
4.2 Analisis Data .....	80
4.2.1. Uji Asumsi Klasik.....	80
4.2.2. Analisis Uji Regresi Linier Berganda.....	83

4.2.3. Pengujian Hipotesis .....	85
4.2.4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	86
4.3. Pembahasan .....	87
BAB V. PENUTUP .....	89
5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Rekomendasi.....	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
DAFTAR LAMPIRAN .....	97