

**PENGARUH PENGGUNAAN *CONTENT MARKETING*,
VARIAN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BITTERSWEET BY NAJLA
DI PLATFORM TIKTOK**

SKRIPSI

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



Oleh:

Nama : Dila Susanti

NBI : 1122000156

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

2024

**PENGARUH PENGGUNAAN *CONTENT MARKETING*,
VARIAN PRODUK, DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
BITTERSWEET BY NAJLA
DI PLATFORM TIKTOK**

SKRIPSI

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



Oleh:

Nama : Dila Susanti

NBI : 1122000156

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

2024

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Dila Susanti

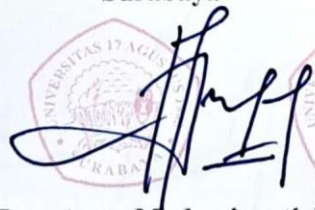
NBI : 1122000156

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Content Marketing*, Varian Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla Di Platform TikTok

Surabaya, 04 Juli 2024

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

**Disetujui Oleh,
Dosen Pembimbing I**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP 20120870103



Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.

NPP 20120930305

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus Surabaya, dan dinyatakan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada 04 Juli 2024.

DEWAN PENGUJI:

1. **Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.**

Ketua

2. **Dra. Diana Juni Mulyati, M.M.**

Anggota

3. **Drs. Ute Chairuz M. Nasution**

Anggota

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas 17 Agustus 1945

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P.

NPP. 20120.87.0103

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Dila Susanti
NIM : 1122000156
Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan *Content Marketing*, Varian Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla Di Platform TikTok”

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil dari plagiat karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia untuk menerima sanksi.

Surabaya, 04 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Dila Susanti



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 sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dila Susanti
NBI : 1122000156
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

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

**“Pengaruh Penggunaan *Content Marketing*, Varian Produk, dan
Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet
By Najla Di Platform TikTok”**

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 04 Juli 2024

Yang Menyatakan,



(Dila Susanti)

MOTTO

”maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari suatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhan mu lah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

”Terlambat bukan berarti gagal, cepat bukan berarti hebat. Terlambat bukan menjadi alasan untuk menyerah, setiap orang memiliki proses yang berbeda. Percaya proses itu yang paling penting, karena Allah telah mempersiapkan hal baik dibalik kata proses yang kau anggap rumit itu”

(Edwar Satria)

Skripsi yang baik adalah skripsi yang selesai,
Kerjakan dan Sidangkan!

ABSTRACT

The internet has become an inseparable medium from modern life, not only as a source of information but also as a significant business opportunity. Business people can use social media to carry out promotions and increase sales with cheaper marketing costs and can reach a wider audience. TikTok is one of the social media that is currently popular with business people to promote their products by uploading photos or videos, which is usually called content marketing. In content marketing, the perpetrator will explain product specifications such as product variants and quality so that consumers know and are interested in making a purchase. The culinary business is now becoming increasingly popular because it is related to basic human needs, namely eating, especially with the emergence of unique culinary trends that have become people's lifestyle. There is one food and beverage industry that is actively using TikTok as a promotional medium, namely Bittersweet by Najla, which has been nicknamed the number 1 dessert box pioneer in Indonesia. This research aims to find out how the use of content marketing, product variants and product quality influences the decision to purchase Bittersweet by Najla products on the TikTok platform. Where purchasing decisions cannot be separated from the quality and variants of a product marketed by the company through content marketing. This research is quantitative research with explanatory research and descriptive research models. In this research there were 100 respondents from TikTok platform users. with an age range of 15-45 years, have purchased and consumed Bittersweet by Najla products which were taken using a purposive sampling technique using the Cochran formula. Data collection in this research was carried out using a questionnaire after which testing was carried out. Based on the research results, it shows that content marketing, product variants and product quality have a positive and significant effect on purchasing decisions, both partially and simultaneously.

Keywords: Content Marketing, Product Variants, Product Quality, Purchasing Decisions.

ABSTRAK

Internet telah menjadi media yang tidak terpisahkan dari kehidupan modern, tidak hanya sebagai sumber informasi tetapi juga sebagai peluang bisnis yang signifikan. Pelaku bisnis dapat memanfaatkan media sosial untuk melakukan promosi dan meningkatkan penjualan dengan biaya pemasaran yang lebih murah dan dapat menjangkau audiens yang lebih luas. TikTok menjadi salah satu sosial media yang saat ini marak digandrungi oleh para pelaku bisnis untuk mempromosikan produknya dengan mengunggah suatu foto atau video yang biasa disebut dengan *content marketing*. Dalam *content marketing* pelaku akan menjelaskan spesifikasi produknya seperti varian dan kualitas produk agar konsumen tahu dan tertarik untuk melakukan pembelian. Bisnis kuliner kini menjadi semakin diminati karena berhubungan dengan kebutuhan dasar manusia, yaitu makan, terutama dengan munculnya tren kuliner yang unik dan menjadi gaya hidup masyarakat. Terdapat salah satu industri *food and beverage* yang turut aktif menggunakan TikTok sebagai media promosinya yaitu Bittersweet by Najla yang mendapat julukan pelopor *dessert box* no 1 di Indonesia. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan *content marketing*, varian produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Bittersweet by Najla di platform TikTok. Dimana keputusan pembelian tidak terlepas dari bagaimana kualitas dan varian suatu produk yang dipasarkan oleh perusahaan melalui *content marketing*. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan model *explanatory research* dan *descriptive research*. Dalam penelitian ini terdapat 100 responden dari pengguna platform TikTok dengan rentang umur 15-45 tahun, pernah membeli dan mengonsumsi produk Bittersweet by Najla yang diambil dengan teknik sampel secara *purposive sampling* dengan rumus Cochran. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan kuisioner setelah itu dilakukan pengujian. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing*, varian produk, dan kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: *Content Marketing*, *Varian Produk*, *Kualitas Produk*, *Keputusan Pembelian*.

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan nikmat, rahmat serta kesehatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Content Marketing*, Varian Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet by Najla di Platform TikTok” tepat pada waktunya. Tiada lembar yang paling indah dalam skripsi ini kecuali lembar persembahan. Skripsi ini saya persembahkan sebagai tanda bukti kepada berbagai pihak yang telah memberikan segala bentuk bimbingan, dukungan, serta doa yang tiada henti. Untuk itu dengan hati yang tulus penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Almr. Kusnandar, cinta pertama dan panutanku, seseorang yang biasa saya sebut ayah. Beliau terlebih dahulu dipanggil oleh yang Maha Kuasa sebelum melihat putri satu-satunya ini menyelesaikan pendidikannya. Ayah kini putrimu sudah menyelesaikan skripsinya. Walaupun berat ternyata putrimu ini mampu bertahan sejauh ini. Semoga ini bisa membuat ayah bangga, semoga Allah SWT melapangkan kubur dan mendapatkan tempat yang terbaik di sisi-Nya. *I miss you so bad Pa.!*
2. Pintu surgaku, ibu Warsilah seorang ibu yang luar biasa perjuangannya. Terimakasih telah melahirkan, merawat, serta membesarkan dengan penuh cinta. Terimakasih sebesar-besarnya atas segala bentuk bantuan, nasihat, semangat, cinta kasih, serta doa-doa yang tak pernah terputuskan bagi penulis. *I love you more Ma.!*

3. Aris Sariyanto dan Kirwanto, kedua kakak tercintaku. Terimakasih telah menjadi kakak yang bisa menjadi pengganti sosok seorang ayah selama ini, yang selalu mengusahakan apapun untuk adik perempuanmu ini, terimakasih sudah ikut serta dalam proses penulis menempuh pendidikan selama ini.
4. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, MM, selaku Ketua Program Studi Program Administrasi Bisnis sekaligus sebagai Dosen Pembimbing I yang dengan tulus dan sabar untuk memberikan bimbingan, saran, dan petunjuk selama penyusunan dan penulisan skripsi ini. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang Ibu berikan. Sungguh suatu kehormatan dan rasa bangga penulis berkesempatan menjadi mahasiswa bimbingan Ibu.
5. Dra. Awin Mulyati, MM, selaku Dosen Pembimbing II yang dengan tulus, sabar, ikhlas, serta bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, saran, dan dukungan selama penyusunan dan penulisan skripsi ini. Terimakasih yang sebesar-besarnya atas segala bantuan yang Ibu berikan.
6. Drs. Agung Pujiyanto, MM, selaku Dosen Wali penulis. Terimakasih atas ilmu, bimbingan, motivasi, dan arahan yang Bapak berikan selama penulis menjalani perkuliahan.
7. Seluruh dosen yang telah mengajarkan dan mendidik saya dengan penuh rasa sabar dan ikhlas. Sehingga ilmu yang saya dapatkan di bangku perkuliahan dapat menjadi ilmu yang bermanfaat untuk banyak orang baik sekarang dan seterusnya.
8. Najla Bisyr selaku pemilik Bittersweet By Najla yang produknya telah menjadi objek penelitian skripsi bagi penulis.

9. Aurel, Zhara, Agnesia, dan Syavinda, keempat keponakan tercintaku. Terimakasih selalu menjadi *moodbooster* yang menghibur dalam masa-masa sulit.
10. Seluruh keluarga besar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih telah menjadi keluarga yang benar-benar menjadi rumah untuk bisa pulang bagi penulis. Yang selalu mendukung, mendoakan, serta memberi nasihat kepada penulis selama ini.
11. Pemilik NIM 1612000097, terimakasih telah memberi dukungan, perhatian, dan selalu siap menjadi pendengar keluh kesah ketika penulis berada di titik lelehnya.
12. Idola penulis, EXO (Suho, Xiumin, Lay, Baekhyun, Chen, Chanyeol, Kyungsoo, Kai, Sehun) yang selalu menghibur dan memberikan semangat melalui karya-karyanya selama ini. Semoga suatu saat nanti kita bisa bertemu dengan saya yang sudah sukses.
13. Untuk diri saya sendiri, Dila Susanti. Atas segala kerja keras dan semangatnya sehingga tidak pernah menyerah dalam mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terimakasih kepada diri saya sendiri yang sudah kuat melewati lika-liku kehidupan hingga sekarang. Terimakasih pada hati yang masih tetap tegar dan ikhlas menjalani semuanya. Terimakasih pada raga dan jiwa yang masih tetap kuat dan waras hingga sekarang. Saya bangga pada diri saya sendiri!. Kedepannya untuk raga yang tetap kuat dan hati yang selalu tegar, mari bekerjasama untuk lebih kuat dan berkembang lebih baik! Masa depan masih panjang ayo usahakan sukses itu.!
14. Terakhir, untuk yang selalu bertanya ”kapan skripsimu selesai?”. Terimakasih atas pertanyaan yang selalu terlontarkan itu,

alhamdulillah satu pertanyaan itu menjadi motivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas seluruh curahan rahmat dan hidayahnya. Shalawat serta salam selalu tercurah limpahkan kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW yang menjadi suri tauladan serta panutan bagi penulis. Alhamdulillah penulis mampu menyelesaikan Skripsi tepat pada waktunya dengan judul **“Pengaruh *Content Marketing*, Varian Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bittersweet By Najla di Platform TikTok”**.

Skripsi ini ditulis dalam rangka memenuhi syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata - 1 pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata kesempurnaan. Oleh karena itu peneliti mengharapkan kritik dan saran membangun dari berbagai kalangan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi para pembaca.

Surabaya, 04 Juli 2024

Peneliti



Dila Susanti

DAFTAR ISI

| | |
|--|--------------|
| SKRIPSI | i |
| TANDA PERSETUJUAN | ii |
| TANDA PENGESAHAN | iii |
| SURAT PERNYATAAN KEASLIAN | iv |
| SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI | iv |
| MOTTO | vi |
| ABSTRACT | vii |
| ABSTRAK | viii |
| PERSEMBAHAN | ix |
| KATA PENGANTAR | xiii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR TABEL | xviii |
| DAFTAR GAMBAR | xix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xx |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.5 Sistematika Pembahasan | 8 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA | 11 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 11 |
| 2.2 Landasan Teori..... | 20 |
| 2.2.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>)..... | 20 |
| 2.2.2 Digital Marketing (Pemasaran Digital)..... | 24 |
| 2.2.3 Definisi Content Marketing | 26 |

| | | |
|--------|---|----|
| 2.2.4 | Jenis-jenis Content Marketing | 27 |
| 2.2.5 | Konsep Content Marketing | 28 |
| 2.2.6 | Skill yang Dibutuhkan dalam Content Marketing | 29 |
| 2.2.7 | Indikator Content Marketing..... | 30 |
| 2.2.8 | Definisi Varian Produk | 30 |
| 2.2.9 | Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Mencari Variasi Produk | 31 |
| 2.2.10 | Faktor yang Mempengaruhi Varian Produk..... | 31 |
| 2.2.11 | Indikator Varian Produk | 32 |
| 2.2.12 | Definisi Kualitas Produk..... | 32 |
| 2.2.13 | Peran Kualitas Produk | 33 |
| 2.2.14 | Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk | 34 |
| 2.2.15 | Indikator Kualitas Produk..... | 34 |
| 2.2.16 | Perilaku Konsumen..... | 36 |
| 2.2.17 | Konsep AIDA | 37 |
| 2.2.18 | Definisi Keputusan Pembelian..... | 38 |
| 2.2.19 | Faktor Pengambilan Keputusan Pembelian | 39 |
| 2.2.20 | Tahapan Keputusan Pembelian..... | 39 |
| 2.2.21 | Indikator Keputusan Pembelian | 41 |
| 2.2.22 | Definisi Konsep dan Definisi Operasional..... | 42 |
| 2.2.23 | Definisi Konsep | 42 |
| 2.2.24 | Definisi Operasional | 42 |
| 2.3 | Pola Hubungan Antar Variabel | 44 |
| 2.3.1 | Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian | 44 |
| 2.3.2 | Pengaruh Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 44 |
| 2.3.3 | Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian | 44 |
| 2.3.4 | Pengaruh <i>Content Marketing</i> , Varian Produk, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian..... | 45 |
| 2.4 | Kerangka Berpikir | xv |

| | | |
|--|--|-----------|
| 2.5 | Hipotesis..... | 46 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN..... | | 49 |
| 3.1 | Rancangan Penelitian..... | 49 |
| 3.2 | Populasi dan Sampel | 49 |
| 3.2.1 | Populasi..... | 49 |
| 3.2.2 | Sampel | 50 |
| 3.3 | Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian | 51 |
| 3.3.1 | Skala Pengukuran | 51 |
| 3.3.2 | Instrumen Penelitian | 52 |
| 3.4 | Jenis Data dan Sumber Data..... | 53 |
| 3.4.1 | Jenis Data..... | 53 |
| 3.4.2 | Sumber Data | 54 |
| 3.5 | Teknik Pengumpulan Data | 54 |
| 3.6 | Teknik Analisis Data..... | 55 |
| 3.6.1 | Uji Asumsi Klasik..... | 55 |
| 3.6.2 | Uji Regresi Linear Berganda | 56 |
| 3.6.3 | Uji Koefisien Determinasi (R^2)..... | 57 |
| 3.6.4 | Uji Hipotesis | 57 |
| BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS, DAN PEMBAHASAN ... | | 59 |
| 4.1 | Penyajian Data..... | 59 |
| 4.1.1 | Gambaran Obyek Penelitian | 59 |
| 4.1.2 | Karakteristik Responden..... | 60 |
| 4.2 | Analisis Data | 85 |
| 4.2.1 | Uji Asumsi Klasik..... | 85 |
| 4.3 | Pembahasan..... | 93 |
| 4.3.1 | Pengaruh Content Marketing (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 93 |
| 4.3.2 | Pengaruh Varian Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)..... | 93 |
| 4.3.3 | Pengaruh Kualitas Produk (X3) terhadap Keputusan | |

| | |
|----------------------------------|------------|
| Pembelian (Y)..... | 94 |
| BAB V PENUTUP | 97 |
| 5.1 Kesimpulan | 97 |
| 5.2 Rekomendasi Penelitian | 97 |
| DAFTAR PUSTAKA | 101 |
| LAMPIRAN | 107 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... | 11 |
| Tabel 3. 1 Bentuk Skor dalam Skala Likert..... | 51 |
| Tabel 3. 2 Interval Rata Rata Skor | 52 |
| Tabel 4. 1 Varian Rasa Bittersweet by Najla..... | 60 |
| Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 60 |
| Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia | 61 |
| Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 61 |
| Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan | 62 |
| Tabel 4. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan | 63 |
| Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menggunakan TikTok..... | 63 |
| Tabel 4. 8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengalaman Membeli Bittersweet By Najla..... | 64 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas | 65 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas | 66 |
| Tabel 4. 11 Tabulasi Data Content Marketing | 67 |
| Tabel 4. 12 Deskripsi Jawaban Responden Content Marketing..... | 70 |
| Tabel 4. 13 Tabulasi Data Varian Produk | 71 |
| Tabel 4. 14 Deskripsi Jawaban Responden Varian Produk..... | 74 |
| Tabel 4. 15 Tabulasi Data Kualitas Produk..... | 75 |
| Tabel 4. 16 Deskripsi Jawaban Responden Kualitas Produk | 79 |
| Tabel 4. 17 Tabulasi Data Keputusan Pembelian..... | 80 |
| Tabel 4. 18 Deskripsi Jawaban Responden Keputusan Pembelian | 84 |
| Tabel 4. 19 Hasil Uji Multikolineritas..... | 86 |
| Tabel 4. 20 Hasil Uji Linearitas Content Marketing | 87 |
| Tabel 4. 21 Hasil Uji Linearitas Varian Produk | 88 |
| Tabel 4. 22 Hasil Uji Linearitas Kualitas Produk..... | 88 |
| Tabel 4. 23 Ringkasan Hasil Regresi..... | 89 |
| Tabel 4. 24 Koefisien Determinasi | 90 |
| Tabel 4. 25 Hasil Uji t | 91 |
| Tabel 4. 26 Hasil Uji F | 92 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1. 1 Pengguna TikTok di Indonesia Terbanyak Kedua di Dunia .2 | |
| Gambar 1. 2 Akun TikTok Bittersweet by Najla.....4 | 4 |
| Gambar 1. 3 Varian Produk Bittersweet by Najla5 | 5 |
| Gambar 1. 4 Review Negatif Konsumen tentang Bittersweet by Najla6 | 6 |
| Gambar 1. 5 Akun TikTok dan Review Konsumen Yayang Dessert.....6 | 6 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Dasar Pemikiran46 | 46 |
| Gambar 4. 1 Logo Produk Bittersweet by Najla59 | 59 |
| Gambar 4. 2 Produk Bittersweet by Najla60 | 60 |
| Gambar 4. 3 Hasil Uji Normalitas85 | 85 |
| Gambar 4. 4 Hasil Uji Heterokedasita.....87 | 87 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner | 107 |
| Lampiran 2 Uji Validitas & Reliabilitas..... | 113 |
| Lampiran 3 Kartu Bimbingan..... | 122 |
| Lampiran 4 Lembar Revisi Ujian Skripsi..... | 123 |
| Lampiran 5 SK Turnitin | 127 |