

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *PRODUCT VARIETY*, DAN *STORE ATMOSPHERE* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO KOSMETIK DI ENVIO
STORE SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Strata -1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga



Oleh:

TRI WULAN SEPTI WAHYUDI

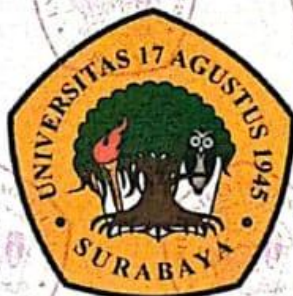
NIM : 1122100034

**PROGRAM STUDI ILMU ADMINISTRASI NIAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2025**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *PRODUCT VARIETY*, DAN
STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TOKO KOSMETIK DI ENVIO STORE SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Gelar Sarjana Strata - 1
Program Studi Ilmu Administrasi Niaga



Oleh:

TRI WULAN SEPTI WAHYUDI

NIM : 1122100034

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

2025

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tri Wulan Septi Wahyudi

NIM : 1122100034

**Judul : Pengaruh *Content Marketing*, *Product Variety* dan *Store Atmosphere*
Terhadap Keputusan Pembelian Toko Kosmetik Di Envio Store
Surabaya**

Surabaya, 17 Juni 2025

Mengetahui,

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

Disetujui Oleh

Dosen Pembimbing I

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P Dr.

NPP. 20120.87.0103

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P Dr.

NPP. 20120.87.0103

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana S-1 pada 17 Juni 2025.

Dewan Penguji

1. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

Ketua

2. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M

Anggota

3. Dra. Awin Mulyati, M.M.

Anggota

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120.87.0103

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Tri Wulan Septi Wahyudi

NIM : 1122100034

Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga

Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing*, *Product Variety* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Toko Kosmetik Envio Store Surabaya.

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, 17 Juni 2025
Yang membuat pernyataan



(Tri Wulan Septi Wahyudi)



**Universitas
17 Agustus 1945
Surabaya**

**Badan Perpustakaan
Jl. Semolowaru no. 45 Surabaya
Tlp. 031-593-1800 (ext.311)
Email: perpus@untag-sby.ac.id**

**LEMBARAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA TULIS ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Tri Wulan Septi Wahyudi
NBI/NPM : 1122100034
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi

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

**"PENGARUH CONTENT MARKETING, PRODUCT VARIETY, DAN STORE
ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TOKO
KOSMETIK DI ENVIO STORE SURABAYA"**

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

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada tanggal : 17 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Tri Wulan Septi Wahyudi

MOTTO

“Sesungguhnya Bersama Kesulitan Ada Kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah:5)

“Rasakan setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini.”

“Jangan pernah memandang profesi orang lain dari gaji maupun pekerjaan, tetaplah serendah-rendahnya karena direndahkan dan menunjukkan kesuksesan itu adalah menjawab semua pernyataan.”

(Tri Wulan Septi.Wahyudi)

ABSTRACT

In this study, the researcher used the object of research of a cosmetic store in the Surabaya area, precisely located in the Permata Shopping Complex, Rungkut Lor Ykp. Jl. Rungkut Asri Utara No.Kav.09-16, Rungkut Sub-district Surabaya. This study aims to test the Influence of Content Marketing, Product Variety and Store Atmosphere on Cosmetic Store Purchase Decisions at Envio Store Surabaya. As one of the big cities in East Java, it has experienced significant growth in the beauty retail business in the city of Surabaya and has grown rapidly in recent years. With the increasing number of cosmetic stores popping up in the city of Surabaya, the competition between cosmetic store business people is becoming more and more fierce. This study uses a quantitative approach. The population used a sample of 96 respondents or customers of the Envio Store Surabaya Cosmetic Store using Google Form. The sampling technique used in this study is non-probability sampling and also uses purposive sampling techniques. The data analysis techniques used in this study are classical assumption tests, multiple linear regression tests and hypothesis tests and assisted by using SPSS version 25. Based on the results of the study, it is shown that Content Marketing, Product Variety and Store Atmosphere have a significant effect on purchase decisions both directly and simultaneously, with variable contributions of 60.3% and the remaining 39.7% are influenced by other factors that were not studied in this study, such as Envio Store Surabaya store parking lot, Promotion, and Service Quality. Recommendations for researchers can further develop this study by conducting research on the factors that the researcher mentions and can use different samples and populations.

Keywords: *Content Marketing, Product Variety, Store Atmosphere and Purchase Decisions*

ABSTRAK

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan objek penelitian sebuah toko kosmetik dikawasan Surabaya, tepatnya berada di Kompleks Pertokoan Permata, Rungkut Lor Ykp. Jl. Rungkut Asri Utara No.Kav.09-16, Kecamatan Rungkut Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh *Content Marketing*, *Product Veriety* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Toko Kosmetik di Envio Store Surabaya. Sebagai salah satu kota besar di Jawa Timur, telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam bisnis ritel kecantikan di kota Surabaya dan telah berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir ini. Dengan semakin banyaknya toko kosmetik yang bermunculan di kota Surabaya, persaingan antara para pelaku bisnis toko kosmetik menjadi semakin ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi menggunakan sampel sebanyak 96 responden atau pelanggan Toko Kosmetik Envio Store Surabaya dengan menggunakan *Google Form*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling* dan juga menggunakan teknik pengambilan sampel teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda dan uji hipotesis dan dibantu menggunakan SPSS versi 25. Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *Content Marketing*, *Product Veriety* dan *Store Atmosphere* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian baik secara persial maupun simultan, dengan kontribusi variabel sebesar 60,3% serta sisanya sebesar 39,7% di pengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti Tempat parkir toko Envio Store Surabaya, Promosi, dan Kualitas Pelayanan. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini kembali dengan melakukan penelitian pada faktor yang peneliti sebutkan dan dapat menggunakan sampel dan populasi yang berbeda.

Kata Kunci : *Content Marketing*, *Product Veriety*, *Store Atmosphere* dan Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat dan karunia-Nya. Alhamdulillah atas segala pertolongan, rahmat, dan kasih sayang-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Content Marketing*, *Product Variety* dan *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kesehatan jasmani dan rohani sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugraha, MM., CMA., SPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Ayun Maduwinarti, M.P. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan juga selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah meluangkan waktunya dan pikirannya dalam membimbing peneliti Ketika Menyusun skripsi.
4. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M. selaku Ketua Program Studi S1 Administrasi Niaga Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan juga selaku Dosen Wali yang telah membantu penulis dalam mengikuti dan menyelesaikan studi di Program Studi Administrasi Niaga.
5. Ibu Dra. Diana Juni Mulyati, M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah banyak membimbing, memberikan motivasi dan arahan serta telah meluangkan waktu kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Superhero dan panutanku, ayah Iswahyudi. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun dengan kerja keras dan didikannya menjadikan putri satu-satunya mampu menyelesaikan studi hingga sarjana.
7. Pintu surgaku, ibu Siti Muarofah. Beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun beliau yang selalu memberi semangat dan memberikan seluruh do'a di setiap tahajudnya sehingga putrinya dapat menyelesaikan program studinya sampai selesai dan lancar di setiap langkahnya.

8. Muhammad Dwi Wahyudi, saudara kandung/kakak peneliti yang selalu memberikan do'a serta dukungan dan saran kepada peneliti agar menempuh Pendidikan dengan sungguh-sungguh.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Serda Muhammad Adi Cahyo Putra. Trimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup penulis. Telah mendukung, menghibur, mendengarkan keluh kesah, dan memberikan semangat untuk pantang menyerah.
10. Ela Fatmadilah, Elsa, Shofi sahabat terbaik penulis semenjak SMA yang selalu ikut membantu dan menemani penulis selama penelitian, Trimakasih telah menjadi sahabat terbaik dan tulus.
11. Sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini. Tanpa kalian perjuangan ini tidak akan terasa menyenangkan ini. Khususnya Rizka Ella dan Devina Yulia yang selalu ikut membantu penulis dikala tidak mengerti atau memahami. Semoga kita ber tiga bisa sukses dan mendapatkan gaji 2 digit aamiin.
12. Seluruh rekan-rekan penulis di Administrasi Bisnis Untag Surabaya Angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu. Terimakasih atas pertemanan dan kebersamaan yang sangat mengesankan dan menyenangkan yang telah kita lalui selama menempuh studi.
13. Dan yang terakhir, terima kasih yang tak terhingga kepada diri sendiri, Tri Wulan Septi Wahyudi. Terima kasih telah berjuang keras untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik, meskipun dengan berbagai tantangan dan hambatan yang dihadapi. Terima kasih karena telah terus berusaha, tidak menyerah, dan selalu percaya pada kemampuan diri sendiri. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri saya dan juga bagi orang lain. yang telah bertahan dan berjuang selama proses penulisan skripsi ini.

Penulis menyadari pada penelitian skripsi ini sangat dimungkinkan masih ada banyak kekurangan dan kesalahan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, segala bentuk kritik dan saran akan dengan senang hati diterima dan diharapkan skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan kearah yang lebih baik.

Surabaya, 17 Juni 2025

Hormat saya,

Tri Wulan Septi Wahyudi

NIM. 1122100034

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBARAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA TULIS ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
MOTTO	vi
ABSTRACT	vii
ABSTRAK	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	10
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.5 Sitematika Penelitian.....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Landasan Teori.....	19
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	19
2.2.2 <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran <i>Digital</i>).....	20
2.2.3 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	22
2.2.4 Atribut Produk.....	23
2.2.5 <i>Content Marketing</i> (Pemasaran Konten).....	25
2.2.6 <i>Product Variety</i> (Variasi Produk).....	28
2.2.7 <i>Store Atmosphere</i> (Suasana Toko)	30
2.2.8 Perilaku Konsumen	33
2.2.9 Keputusan Pembelian.....	34
2.3 Konseptualisasi (Definisi Konsep dan Definisi Operasional)	37
2.3.1 Definisi Konseptual.....	37
2.3.2 Definisi Operasional.....	37

2.4 Pola Hubungan Antar Variabel.....	38
2.4.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	38
2.4.2 Pengaruh <i>Product Variaty</i> Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.4.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.4.4 Pengaruh <i>Content Marketing, Product Variaty dan Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.5 Kerangka Dasar Pemikiran.....	41
2.6 Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
3.1 Rancangan Penelitian	44
3.2 Populasi dan Sampel.....	44
3.2.1 Populasi	44
3.2.2 Sampel	44
3.3 Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	46
3.3.1 Skala Pengukuran	46
3.3.2 Instrumen Penelitian.....	47
3.4 Jenis Data dan Sumber Data.....	48
3.4.1 Jenis Data.....	48
3.4.2 Sumber Data	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.6 Teknik Analisis Data	49
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	49
3.6.2 Uji Analisis Regresi Liner Berganda.....	50
3.6.3 Uji Hipotesis	50
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Penyajian Data.....	52
4.1.1 Gambar Objek Penelitian.....	52
4.1.2 Karakteristik Responden.....	53
4.1 3 Uji Instrumen.....	56
4.2 Tabulasi Data.....	58
4.2.1 Tabulasi Jawaban Responden.....	58
4.2.2 Analisis Data Setiap Variabel.....	70
4.3 Analisis Data	80
4.3.1 Uji Asumsi Klasik	80
4.4 Hipotesis	86
4.4.1 Uji t (Uji Persial)	86
4.4.2 Uji F (Simultan).....	87
4.4.3 Uji Determinasi R^2	88

4.5 Pembahasan.....	89
4.5.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	89
4.5.2 Pengaruh <i>Product Variety</i> Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.5.3 Pengaruh <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	90
4.5.4 Pengaruh <i>Content Marketing, Product Variety</i> dan <i>Store Atmosphere</i> Terhadap Keputusan Pembelian	91
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	92
5.1 Kesimpulan	92
5.2 Rekomendasi	92
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	102

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Variasi Brand Produk Envio Store.....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 2. 2 Tabel Definisi Operasional.....	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	53
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	54
Tabel 4. 4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pembelian.....	55
Tabel 4. 5 Media Sosial Mana Mengetahui Informasi Envio Store.....	55
Tabel 4. 6 Uji Validitas	56
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Content Marketing (X1)	58
Tabel 4. 9 Hasil Tabulasi Product Variety (X2).....	61
Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Store Atmosphere (X3)	64
Tabel 4. 11 Hasil Tabulasi Keputusan Pembelian (Y)	67
Tabel 4. 12 Hasil Nilai Mean Variabel Content Marketing (X1)	70
Tabel 4. 13 Hasil Nilai Mean Variabel Product Variety (X2).....	73
Tabel 4. 14 Hasil Nilai Mean Variabel Store Atmosphere (X3)	75
Tabel 4. 15 Hasil Nilai Mean Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4. 16 Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov.....	80
Tabel 4. 17 Uji Multikolinieritas	82
Tabel 4. 18 Uji Glejser	82
Tabel 4. 19 Uji Linieritas Content Marketing	83
Tabel 4. 20 Uji Linieritas Product Variety	84
Tabel 4. 21 Uji Linieritas Store Atmosphere.....	84
Tabel 4. 22 Regresi Linear Berganda	85
Tabel 4. 23 Uji t.....	86
Tabel 4. 24 Uji F.....	88
Tabel 4. 25 Uji Determinasi R ²	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Industri Kecantikan di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Pertumbuhan Nilai Pasar Kosmetik di Indonesia	2
Gambar 1. 3 5 Rekomendasi Toko Skincare dan Kosmetik di Surabaya.....	3
Gambar 1. 4 Ulasan dari Toko Kosmetik Envio Store.....	4
Gambar 1. 5 Pemasaran Melalui Instagram dan TikTok.....	5
Gambar 1. 6 Produk Yang Dijual di Envo Store Surabaya	6
Gambar 1. 7 Suasana Toko Envio Store Surabaya.....	8
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran	41
Gambar 4. 1 Logo Envio Store Surabaya.....	52
Gambar 4. 2 Uji Normalitas Data Menggunakan Model Histogram.....	81
Gambar 4. 3 Uji Normalitas Dengan Menggunakan P-Plot.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2 Karakteristik Responden	108
Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden.....	110
Lampiran 4 Uji Instrumen	121
Lampiran 5 Uji Asumsi Klasik.....	124
Lampiran 6 Uji Hepotesis.....	128
Lampiran 7 Dokumentasi Penelitian	129
Lampiran 8 Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	130
Lampiran 9 Kartu Bimbingan.....	133
Lampiran 10 Bukti Turnitin Untag Surabaya	135
Lampiran 11 Surat Keterangan Bebas Laboratorium	136
Lampiran 12 Bukti Turnitin Jurnal Penelitian	137