

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK VON DUTCH DI E-
COMMERCE SHOPEE OLEH MAHASISWA
SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

**R. Ananda Iqbal A.
1122100003**

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

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN
DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK VON DUTCH DI E-
COMMERCE SHOPEE OLEH MAHASISWA
SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:
R. Ananda Iqbal A.
1122100003

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

2025

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : R. Ananda Iqbal A.

NBI : 1122100003

**Judul : PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VON
DUTCH DI E-COMMERCE SHOPEE OLEH MAHASISWA
SURABAYA**

Surabaya, 03 Juli 2025

Mengetahui,

Disetujui Oleh,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dosen Pembimbing 1

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya



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



Dr. Dra Ayun Maduwinarti, M.P
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 S1 pada tanggal 03 Juli 2025

Dewan Penguji :

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

()

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

()

3. Dra. Diana Juni Mulyati, M.M
Anggota

()

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Univeristas 17 Agustus 1945 Surabaya


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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : R. Ananda Iqbal A.

NBI : 1122100003

Judul : PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK VON DUTCH
DI E-COMMERCE SHOPEE OLEH MAHASISWA 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 dikemudian 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, 03 Juli 2025

Yang Membuat Pernyataan



R. Ananda Iqbal. A



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
JL. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TLP. 031 593 1800 (EX 311)
Email: perpustakaan@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 : R. Ananda Iqbal A.
NBI : 1122100003
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Niaga
Jenis Karya : Skripsi/~~Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek~~

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya meyetujui 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* Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch Di E-Commerce Shopee Oleh Mahasiswa Surabaya”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (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: 03 Juli 2025

Yang Menyatakan



R. Ananda Iqbal A.

PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak memperoleh bimbingan, semangat dan bantuan materil dari berbagai pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis akan menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Mama Sumber kekuatanku, tempat aku belajar arti tanggung jawab, kasih sayang, dan pengorbanan tanpa syarat. Terima kasih karena tidak pernah lelah mendoakanku dalam diam, menasihatiku dalam kelembutan, dan mempercayai langkahku meski aku sering kali ragu pada diriku sendiri. Mama, terima kasih atas pelukmu yang selalu menjadi tempat ternyaman untuk kembali, bahkan saat dunia terasa berat. Skripsi ini adalah persembahan kecil dari segala harapan besar kalian untukku. Meski tak akan pernah sebanding dengan cinta dan perjuangan yang kalian berikan, izinkan aku mempersembahkan capaian ini sebagai bentuk terima kasih yang tak akan pernah cukup terucap dengan kata-kata. Segala doaku, bahagiaku, dan langkahku selalu aku niatkan agar kelak bisa membuat kalian bangga. Tolong hiduplah lebih lama lagi.
2. Pada akhirnya, inilah hasil dari setiap malam tanpa tidur, setiap kegelisahan yang membayang, dan setiap doa yang lirih kupanjatkan dalam diam. Tak ada yang benar-benar tahu seberapa berat langkah ini, kecuali diriku sendiri—yang pernah ingin berhenti, tapi memilih untuk tetap berjalan. Penulis mempersembahkan karya ini untuk versi diriku yang dulu hampir menyerah, tapi memutuskan bertahan. Untuk setiap air mata yang tak terlihat, setiap luka yang perlahan sembuh, dan setiap keyakinan yang perlahan tumbuh kembali. Terima kasih karena sudah percaya bahwa aku bisa. Perjalanan ini bukan tentang menjadi sempurna, tapi tentang terus mencoba meski tak selalu kuat. Aku bangga pada diriku—karena hari ini, aku telah membuktikan bahwa luka bisa menjadi kekuatan, dan keteguhan bisa melahirkan pencapaian. Skripsi ini adalah bukti bahwa aku pernah berjuang sekeras ini, dan berhasil.

MOTTO

"Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya."

(Al Baqarah 286)

"Jika kamu merasa ingin menyerah, ingatlah mengapa kamu berusaha begitu lama."

(Antoine Griezmann)

ABSTRAK

Popularitas produk *fashion* merek Von Dutch di kalangan mahasiswa dan generasi muda Surabaya menunjukkan adanya daya tarik khusus yang mendorong keputusan pembelian. Fenomena ini menarik untuk diteliti lebih lanjut, mengingat persaingan ketat dalam industri *fashion* dan pergeseran perilaku belanja ke platform *e-commerce*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing* dan desain produk terhadap keputusan pembelian produk Von Dutch di *e-commerce* Shopee oleh mahasiswa di Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dari responden yang merupakan pelajar dan mahasiswa di Surabaya yang pernah membeli produk merek Von Dutch melalui *e-commerce* Shopee. Teknik purposive sampling digunakan dalam pengambilan sampel dengan kriteria tertentu. Sebanyak 101 kuesioner disebarkan dan data dianalisis menggunakan program SPSS 23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* dan desain produk secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Von Dutch. Temuan ini mengindikasikan bahwa strategi *content marketing* yang menarik dan desain produk yang sesuai dengan preferensi konsumen menjadi faktor *crucial* dalam mendorong minat beli dan keputusan akhir konsumen. Dengan demikian, merek Von Dutch perlu terus mengoptimalkan upaya *content marketing* dan inovasi desain produk untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya di pasar *e-commerce*, khususnya di kalangan segmen mahasiswa.

Kata Kunci: Produk Brand Von Dutch, *Content Marketing*, Desain Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

The popularity of Von Dutch fashion products among students and the youth generation in Surabaya indicates a special appeal that drives purchasing decisions. This phenomenon is interesting to explore further, considering the intense competition in the fashion industry and the shift in shopping behavior toward e-commerce platforms. This study aims to analyze the impact of content marketing and product design on the purchasing decisions of Von Dutch products on the Shopee e-commerce platform by students in Surabaya. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected from respondents who are students in Surabaya who have purchased Von Dutch brand products through Shopee e-commerce. Purposive sampling technique was used to select the sample based on specific criteria. A total of 101 questionnaires were distributed, and the data were analyzed using SPSS 23 software. The results of the study indicate that both content marketing and product design have a significant and positive impact on purchasing decisions for Von Dutch products. These findings suggest that an engaging content marketing strategy and product design that aligns with consumer preferences are crucial factors in driving purchase interest and final consumer decisions. Therefore, the Von Dutch brand needs to continue optimizing its content marketing efforts and product design innovation to maintain and enhance its competitiveness in the e-commerce market, particularly among the student segment.

Keywords: *Von Dutch Brand Products, Content Marketing, Product Design, Purchase Decision.*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT Yang Maha Esa, atas seluruh curahan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Content Marketing* dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch di E – Commerce Shopee Oleh Mahasiswa Surabaya” ini dengan tepat pada waktunya.

Skripsi ini diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sebagai salah satu persyaratan utama untuk memperoleh gelar sarjana S1 (Strata 1). Penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan atas bantuan, bimbingan, dukungan, dorongan dan juga do’a dari berbagai pihak yang menjadikan skripsi ini bisa lebih bermanfaat. Pihak – pihak yang tidak lupa untuk saya ucapkan terimakasih, antara lain kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan kemudahan, kelancaran dan Kesehatan selama penyusunan skripsi.
2. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
3. Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M. M selaku Kepala Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P selaku dosen pembimbing skripsi 1 dan Dra. Awin Mulyati, M. M. selaku dosen pembimbing skripsi 2 yang selama ini telah membantu dalam penyusunan skripsi dengan memberikan arahan, kritik dan saran yang membangun sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Seluruh dosen Prodi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang selama 4 tahun ini telah memberikan ilmu dan pembelajaran yang sangat berarti hingga saat ini dan selamanya.
6. Orang tua saya Ibu Ratnwati yang telah memberikan doa restu dan dukungan moral selama ini.
7. Terima Kasih rekan – rekan seperjuangan, sahabat dan semua pihak yang turut membantu dan memberikan semangat selama proses penyusunan skripsi. Terima kasih untuk waktu 4 tahunnya selama

perkuliahan ini yang telah menjadi teman belajar, teman berbagi canda dan tawa serta dikala susah maupun senang.

8. Kepada Yasha terima kasih yang tulus kepada seseorang istimewa dalam hidup saya, kekasih hati tercinta, yang telah memberikan semangat, doa, dukungan emosional, dan kehadiran yang menenangkan di setiap langkah perjuangan ini. Terima kasih atas kesabaranmu, pengertianmu, dan cintamu yang menjadi sumber kekuatan saat saya merasa lelah dan hampir menyerah. Kehadiranmu adalah salah satu alasan kuat saya tetap bertahan hingga titik ini.

Sebagai manusia biasa penulis menyadari penyusunan skripsi ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan yang dimiliki penulis. Sehingga atas kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Penulis memohon maaf dan kritikan yang membangun. Terakhir sebelum berpisah, penulis berharap semua orang yang membaca skripsi ini dapat mendapatkan manfaat.

Surabaya, 19 Juni 2024

R. Ananda Iqbal. A

112200003

DAFTAR ISI

COVER DALAM	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Teoritis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.5 Sistematika Pembahasan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Peneletian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	16
2.2.1 Manajemen Pemasaran	16

2.2.2	<i>Digital Marketing</i>	17
2.2.3	Bauran Pemasaran	20
2.2.4	<i>Content Marketing</i>	25
2.2.5	Desain Produk.....	25
2.2.6	Perilaku Konsumen.....	29
2.2.7	Keputusan Pembelian	34
2.3	Definisi Konseptualisasi (Definisi Konsep dan Definisi Operasional) .	39
2.4	Pola Hubungan Antara Variabel	40
2.4.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	40
2.4.2	Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.4.3	Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2.5	Kerangka Pemirikan.....	42
2.6	Hipotesis	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		45
3.1	Jenis Penelitian	45
3.2	Populasi dan Sampel	45
3.2.1	Populasi	45
3.2.2	Sampel	45
3.2.3	Skala Pengukuran	47
3.2.4	Instrumen Penelitian	48
3.3	Jenis dan Sumber Data	49
3.3.1	Jenis Data	49
3.3.2	Sumber Data	49
3.4	Teknik Pengumpulan Data	49
3.5	Teknik Analisis Data	50
3.5.1	Uji Asumsi Klasik.....	50
3.5.2	Analisis Regresi Linier Berganda	51
3.5.3	Uji Hipotesis.....	51

BAB IV PEMBAHASAN.....	53
4.1 Penyajian Data	53
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.2 Karakteristik Responden	55
4.1.3 Uji Instrumen	56
4.1.4 Tabulasi Data	59
4.2 Analisis Data	78
4.2.1 Uji Asumsi Klasik	78
4.2.2 Uji Regresi Linier Berganda	81
4.2.3 Uji Hipotesis (t-test)	82
4.2.4 Uji Simultan (Uji F)	84
4.2.5 Koefisien Determinasi	84
4.3 Pembahasan	85
4.3.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch pada E-commerce Shopee	85
4.3.2 Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch pada E-commerce Shopee	86
4.3.3 Pengaruh <i>Content Marketing</i> dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Von Dutch pada E-commerce Shopee	86
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	89
5.1 Kesimpulan	89
5.2 Rekomendasi	89
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN.....	96

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. 2 Definisi Konsep dan Definisi Operasional	39
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	47
Tabel 3. 2 Skala Interval	48
Tabel 4. 1 Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin ..	55
Tabel 4. 2 Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	55
Tabel 4. 3 Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	55
Tabel 4. 4 Deskripsi Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan.....	56
Tabel 4. 5 Tabel Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 6 Uji Realibilitas	58
Tabel 4. 7 Tabulasi Data Variabel Content Marketing (X1)	59
Tabel 4. 8 Tabulasi Data Variabel Desain Produk (X2)	62
Tabel 4. 9 Tabel Data Variabel Keputusan Pembelian (Y)	66
Tabel 4. 10 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Content Marketing (X1) ..	69
Tabel 4. 11 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Desain Produk (X2).....	72
Tabel 4. 12 Analisis Rata-Rata Tabulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	70
Tabel 4. 13 Uji Normalitas	76
Tabel 4. 14 Uji Multikolinieritas	78
Tabel 4. 15 Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 4. 16 Uji Linieritas Variabel Content Marketing.....	80
Tabel 4. 17 Uji Linieritas Variabel Desain Produk.....	80
Tabel 4. 18 Uji Regresi Linier Berganda	81
Tabel 4. 19 Uji t (Parsial).....	83
Tabel 4. 20 Uji F (Simultan)	84
Tabel 4. 21 Koefisien Determinasi	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Von dutch Official Shop.....	2
Gambar 1.2 Content Marketing Instagram Von dutch.....	4
Gambar 1. 3 Desain Produk Von Dutch.....	5
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen	33
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	42
Gambar 4. 1 Logo Von Dutch.....	53
Gambar 4. 2 Toko Offline Von Dutch di Surabaya.....	54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	96
Lampiran 2 Output SPSS Uji Instrumen Data.....	108
Lampiran 3 Output SPSS Uji Asumsi Klasik	125
Lampiran 4 Output SPSS Uji Regreli Linier Berganda.....	129
Lampiran 5 Output SPSS Uji Hipotesis	130
Lampiran 6 Kartu Bimbingan.....	132
Lampiran 7 Bukti LoA Jurnal	133
Lampiran 8 SK Turnitin.....	134
Lampiran 9 Turnitin Skripsi	135
Lampiran 10 Lembar Revisi	136