



**PENGARUH CITRA MEREK, KONTEN MARKETING, *ELEKTRONIC*
WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN *LIVE SHOPPING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN TIKTOK DELIWABA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Evi Ana Mariyam

NIM: 3120026

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

FAKULTAS BISNIS BAHASA DAN PENDIDIKAN

UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM

JOMBANG

2024



**PENGARUH CITRA MEREK, KONTEN MARKETING, *ELEKTRONIC*
WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN *LIVE SHOPPING* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN TIKTOK DELIWABA**

SKRIPSI

Diajukan guna untuk melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Studi Administrasi Bisnis (S1) dan mencapai gelar
Sarjana Administrasi Bisnis



Disusun Oleh:

Evi Ana Mariyam

NIM: 3120026

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS BISNIS BAHASA DAN PENDIDIKAN
UNIVERSITAS PESANTREN TINGGI DARUL ULUM
JOMBANG**

2024



HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH CITRA MEREK, KONTEN MARKETING, *ELEKTRONIC* *WORD OF MOUTH* (E-WOM) DAN *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN TIKTOK DELIWABA

Oleh:

Evi Ana Mariyam

NIM: 3120026

Telah di setujui oleh Dosen Pembimbing:

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Dina Eka Shofiana, SE.,MA

Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos.,M.Si

Tanggal:

Tanggal:

Mengetahui

Ketua Program Studi

Ririn Susilawati,S.H.I,MEI





HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, KONTEN MARKETING, *ELECTRONIC*
***WORD OF MOUTH (EWOM) DAN LIVE SHOPPING* TERHADAP**
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI AKUN TIKTOK DELIWABA
SKRIPSI

Oleh :

Evi Ana Mariyam

NIM: 3120026

Telah disetujui dan dipertahankan dalam sidang skripsi pada tanggal..... Bulan....
Tahun 2024 dan dinyatakan Lulus

Majelis Penguji:

Ketua Penguji

Dina Eka Shofiana, S.E.,M.A

Penguji I

Penguji II

Dr.Wiwik Maryati S.Sos.,M.S.M

Ririn Susilawati,S.H.I.,MEI

Mengetahui,

Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan



Dr.Wiwik Maryati S.Sos.,M.S.M

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, *Bismillahirrahmanirrahim* skripsi ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua saya tercinta Bapak Kasto dan Ibu Rusmini yang selalu melangitkan doa-doa baik dan menjadikan motivasi untuk saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mengantarkan saya sampai ditempat ini, saya persembahkan karya tulis sederhana ini dan gelar untuk bapak dan ibu.

Diri saya sendiri, Evi Ana Mariyam karena telah mampu berusaha dan berjuang sejauh ini. mampu mengendalikan diri walaupun banyak tekanan dari luar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini.

Terimakasih untuk segenap dosen program studi administrasi bisnis telah memberikan ilmunya dengan ikhlas dan untuk dosen pembimbing skripsi Ibu Dina Eka Shofiana, SE., MA dan Ibu Abid Datul Mukhoyaroh, S.Sos, M.Si, saya tidak dapat membalas atas apa yang telah dikorbankan hanya untuk membimbing saya demi berjalannya skripsi ini, semoga Allah membalas segala kebaikan.

Sahabat dan teman-teman saya yang telah menemani dalam suka maupun duka.

Terima kasih atas segala waktu usaha dan dukungannya yang telah diberikan.



Akhir kata semoga skripsi ini dapat menjadi wawasan dan manfaat untuk orang lain. Aamiin.

HALAMAN MOTTO

“Orang lain tidak akan bisa paham *struggle* dan masa sulitnya kita, yang mereka ingin tahu hanya bagian *succes stories*. Berjuanglah untuk diri sendiri walaupun tidak ada yang tepuk tangan. Kelak diri kita di masa depan akan sangat bangga dengan apa yang kita perjuangkan hari ini. Tetap berjuang ya!”

“Sembilan bulan ibuku merakit tubuhku untuk menjadi mesin penghancur badai, maka tak pantas aku tumbang hanya karena mulut seseorang.”

“Gunakan senyuman untuk merubah dunia, jangan biarkan dunia merubah senyummu.”

(Kim Taehyung)



LEMBAR PERNYATAAN

Nama: Evi Ana Mariyam

NIM: 3120026

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul Pengaruh Citra Merek, Konten Marketing, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) dan Live Shopping Terhadap Keputusan Pembelian di akun Tiktok Deliwafa adalah benar karya sendiri. Hal-hal yang karya saya dalam skripsi tersebut dikutip dan ditampilkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Jombang, 11 Juni 2023

Yang membuat pernyataan

Evi Ana Mariyam



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT Yang telah memberikan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi. Skripsi ini berjudul Pengaruh Citra Merek, Konten Marketing, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM), dan *Live Shopping* terhadap Keputusan Pembelian di Akun Tiktok Deliwafa.

Tak lupa penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan doanya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini. dan untuk teman-teman juga penulis ucapkan terimakasih.

Ucapan terimakasih ini juga penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Wiwik Maryati, M.S.M selaku Dekan Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum Jombang.
2. Ibu Ririn Susilawati, S.H.I,MEI selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum
3. Ibu Dina Eka Shofiana, SE.,MA selaku Pembimbing I dan Ibu Abid Datul Mukhoyaroh , S.Sos., M.Si sebagai Pembimbing II Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum
4. Bapak/Ibu Dosen Program Studi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis, Bahasa dan Pendidikan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, semoga senantiasa dalam rahmat dan perlindungan Allah SWT. Sehingga ilmu yang telah diajarkan dapat bermanfaat di masa depan.



5. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang sangat spesial penulis haturkan dengan rendah hati dan rasa hormat kepada kedua orang tua penulis yang tercinta. Bapak Kasto dan Ibu Rusmini atas segala pengorbanannya baik moril atau materil, memotivasi dan doanya. Serta dukungan penuh yang sudah kalian berikan selama ini.
6. Adik tersayang Nio dan Nayla, yang memberikan semangat dan dukungan walaupun melalui celotehannya, tetapi penulis yakin dan percaya itu adalah sebuah bentuk dukungan dan motivasi.
7. Terima kasih untuk keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moril maupun material.
8. Terima kasih untuk teman-teman Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama dibangku kuliah.

Semoga dengan kebaikan yang diberikan selalu memberikan manfaat bagi penulis dan dengan bantuannya mudah-mudahan mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis berharap agar Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca.



ABSTRAK

Pengaruh Citra Merek, Konten Marketing, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) dan *Live Shopping* terhadap Keputusan Pembelian di Akun Tiktok Deliwafa; Evi Ana Mariyam; 3120026; Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Bisnis Bahasa dan Pendidikan; Universitas Pesantren Tinggi Darul Ulum.

Keputusan Pembelian adalah proses kompleks yang melibatkan pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Setiap tahap proses ini dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi konsumen terhadap merek, kualitas, dan relevansi konten yang disajikan, serta rekomendasi dan ulasan dari pengguna lain. Keputusan pembelian dalam konteks ini mencerminkan bagaimana konsumen memutuskan untuk membeli suatu produk setelah melalui proses evaluasi yang dipengaruhi oleh persepsi merek dan pengalaman yang diberikan oleh konten digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Citra Merek, Konten Marketing, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) dan *Live Shopping* terhadap Keputusan Pembelian di Akun Tiktok Deliwafa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Variabel bebas dalam penelitian ini Citra Merek (X1), Konten Marketing (X2), *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) (X3) dan *Live Shopping* serta variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Populasi yang digunakan adalah konsumen yang telah membeli produk apapun di Akun Tiktok Deliwafa dengan sampel sebanyak 400 responden.

Penelitian ini melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan kuantitatif dengan menggunakan analisis SEM melalui aplikasi SmartPLS v 3. Hasil penelitian ini Citra Merek (X1) sebesar T-Statistik sebesar 0,352 dan nilai P-Value sebesar 0,725 yang berarti H1 **ditolak**, Content Marketing (X2) T-Statistik sebesar 1,643 dan nilai P-Value sebesar 0,101 yang berarti H2 **ditolak**, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) (X3) T-Statistik sebesar 22,088 dan nilai P-Value sebesar 0,000 yang berarti H3 **diterima**, *Live Shopping* (X4) T-Statistik 7,993 dan nilai P-Value 0,000 yang berarti H4 **diterima**. Kemudian variabel *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) (X3) dan *Live Shopping* (X4) dengan nilai R-Square sebesar 0,95, berarti H5 berpengaruh secara bersama-sama.

Kata Kunci: Citra Merek, Konten Marketing, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM), *Live Shopping*, Keputusan Pembelian



ABSTRACT

The Influence of Brand Image, Marketing Content, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) and *Live Shopping* on Purchasing Decisions on Deliwafa's Tiktok Account; Evi Ana Mariyam; 3120026; Business Administration Study Program, Faculty of Business Languages and Education; Darul Ulum Islamic Boarding School University.

Purchase Decision is a complex process involving need recognition, information search, alternative evaluation, purchase decision and post-purchase behavior. Each stage of this process is influenced by various factors, including consumer perceptions of the brand, the quality and relevance of the content presented, as well as recommendations and reviews from other users. Purchasing decisions in this context reflect how consumers decide to buy a product after going through an evaluation process which is influenced by brand perception and the experience provided by digital content.

This research aims to determine and analyze the influence of brand image, marketing content, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) and *Live Shopping* on purchasing decisions on Deliwafa's Tiktok account. The method used in this research is quantitative. The independent variables in this research are Brand Image (X1), Marketing Content (X2), *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) (X3) and *Live Shopping* and the dependent variable is Purchase Decision (Y). The population used is consumers who have purchased any product on the Deliwafa Tiktok Account with a sample of 400 respondents.

This study tests the hypothesis using quantitative using SEM analysis through the SmartPLS v 3 application. The results of this study are Brand Image (X1) T-Statistic of 0.352 and a P-Value of 0.725 which means H1 is **rejected**, Content Marketing (X2) T-Statistic of 1.643 and a P-Value of 0.101 which means H2 is **rejected**, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) (X3) T-Statistic of 22.088 and a P-Value of 0.000 which means H3 is **accepted**, *Live Shopping* (X4) T-Statistic of 7.993 and a P-Value of 0.000 which means H4 is **accepted**. Then the *Electronic Word Of Mouth* (EWOM) (X3) and *Live Shopping* (X4) variables with an R-Square value of 0.95, meaning that H5 has a joint effect.

Keywords: Brand Image, Content Marketing, *Electronic Word Of Mouth* (EWOM), *Live Shopping*, Purchasing Decisions



DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR	10
DAFTAR TABEL	11
BAB I Pendahuluan	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II Tinjauan Pustaka	Error! Bookmark not defined.
2.1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Perilaku Konsumen	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Citra Merek	Error! Bookmark not defined.
2.2.4 Konten Marketing	Error! Bookmark not defined.
2.2.5 Electronic Word Of Mouth (E-WOM).....	Error! Bookmark not defined.
2.2.6 Live Shopping	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
2.4 Pengaruh Antar Variabel	Error! Bookmark not defined.
2.4.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.



2.4.2	Pengaruh Konten Marketing terhadap Keputusan Pembelian .	Error! Bookmark not defined.
2.4.3	Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) terhadap Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.4	Pengaruh Live Shopping terhadap Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
BAB III Metode Penelitian		Error! Bookmark not defined.
3.1	Desain Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Ruang Lingkup Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2.	Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4	Populasi Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Teknik Pengambilan Data Sampel ...	Error! Bookmark not defined.
3.5	Variabel, Indikator Penelitian dan Definisi Operasional.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Variabel	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Indikator Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.6	Kerangka Konseptual dan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.7.1	Kuisisioner (angket).....	Error! Bookmark not defined.
3.7.2	Observasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.7.3	Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
3.7.4	Studi Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
3.8	Skala Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.9	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
3.9.1	Struktural Equation Modeling (SEM).....	Error! Bookmark not defined.
3.9.2	Analisis Partial Least Square (PLS).....	Error! Bookmark not defined.



3.9.3	Analisa Model Pengukuran (Outer Model)....	Error! Bookmark not defined.
3.9.4	Analisis Inner Model.....	Error! Bookmark not defined.
3.9.5	Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
BAB IV Pembahasan dan Hasil		Error! Bookmark not defined.
4.1.	Penyajian Data.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Gambaran Umum	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Analisis Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.	Analisis Statistik Deskriptif Data Responden	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Karakteristik Responden	Error! Bookmark not defined.
4.3.	Pengujian SEM-PLS.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Convergent Validity	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Discriminant Validity	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Composite Reliability	Error! Bookmark not defined.
4.3.4	Second Order Confirmatory Analysis.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.5	Evaluasi Model Struktural (Inner Model)	Error! Bookmark not defined.
4.3.6	Uji Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
4.3.7	Uji F-Square	Error! Bookmark not defined.
4.4.	Analisis dan Interpretasi Data	Error! Bookmark not defined.
4.4.1	Analisis.....	Error! Bookmark not defined.
4.4.2	Interpretasi Data	Error! Bookmark not defined.
4.5.	Keterbatasan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V Penutup		Error! Bookmark not defined.
5.1.	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akun Tiktok Deliwafa (Sumber: Tiktok)..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Akun Tiktok Deliwfa (Sumber: Tiktok)..... **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Hasil Uji Outer Model.....**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 4 Hasil Uji Outer Model.....**Error! Bookmark not defined.**



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengguna Tiktok	Error! Bookmark not defined.
Tabel 1. 2 Data Penggunaan E-Commerce	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Indikator Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Analisis Sampel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Validitas dan Reliabilitas Konstruk	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Nilai Loading Factor Konstruk	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Nilai Cross Loading	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Konstruk Reliabilitas dan Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Path Coefficient	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 R-Square	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Hasil Uji T-Statistik	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Tabel F-Square	Error! Bookmark not defined.