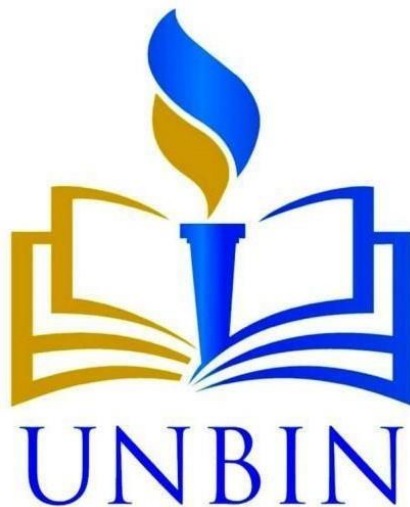


**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PARFUM MYKONOS DI TIKTOK SHOP**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS-TUGAS DAN MEMENUHI
SALAH SATU SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**



**TANTRI SEKAR RENGGANIS
NPM 19210130**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA
2025**

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BINANIAGA INDONESIA**

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tantri Sekar Rengganis

NPM : 19210130

**Judul : Pengaruh *Content Marketing* dan Kualitas Produk Terhadap
Kuputusan Pembelian Parfum Mykonos di TikTok Shop**

**Tim Penguji:
Dosen Pembimbing**

Dahlia, S.E., M.M., CGRM., CAP., CNPS.

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

Dimas Ari Darmantyo, S.Pi., M.Sc.

Sumardjono, S.E., M.M.

Mengetahui:

Ketua Prodi

DEKAN

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.

Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya persembahkan atas kehadiran Allah SWT, karena berkat rahmat dan karunia-Nya semata sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan laporan skripsi penelitian dengan judul “Pengaruh *Content Marketing* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Mykonos Di Tiktok Shop”. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan studi pada program studi Manajemen, Program Sarjana Universitas Binaniaga Indonesia.

Penulis menyadari bahwa tidak ada suatu karya manusia yang sempurna terutama karena terbatasnya kemampuan serta pengetahuan yang penulis miliki. Untuk itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari semua pihak supaya penyajian tulisan di masa yang akan datang dapat lebih baik lagi.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya atas bantuan dan bimbingan yang diberikan. Peneliti berterimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ismulyana Djan, SE., MM. selaku rektor Universitas Binaniaga Indonesia.
2. Bapak Dr. Yuli Anwar, SE., M.Ak. dan Bapak Dedy Mulyadi, S.Si., M.Kom. selaku Wakil Rektor I dan II Universitas Binaniaga Indonesia.
3. Ibu Yustiana Wardhani, S.Hut., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia dan Ketua Program Studi Manajemen.
4. Ibu Dahlia, S.E., M.M., CGRM., CAP., CNPS selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan proposal ini.

5. Bapak/Ibu dosen serta staf administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia yang telah memberikan ilmu dan pelayanan yang sangat baik kepada penulis.
6. Kedua Orang Tua tercinta Bapak dan Ibu saya yang selalu memberikan doa dan semangat.
7. Teman – teman terdekat yang selalu memberikan hiburan dan dukungan untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
8. Rekan-rekan mahasiswa Angkatan 2021 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Binaniaga Indonesia atas kebersamaannya selama ini.

Penulis berharap semoga proposal ini bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi penulis sendiri dalam rangka pengembangan pendidikan di masa kini dan masa yang akan datang

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN PROPOSAL	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah	15
C. Batasan Masalah	16
D. Rumusan Masalah	17
E. Tujuan Penelitian.....	17
F. Manfaat Penelitian.....	17
G. Sistematika Penulisan.....	18
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	20
A. Kajian Teori.....	20
C. Content Marketing.....	27
D. Kualitas Produk	30
E. Penelitian Terdahulu.....	32
F. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Metode Penelitian	40
B. Objek dan Waktu Penelitian	41
C. Variabel Penelitian.....	41
D. Operasional Variabel.....	42
E. Populasi dan Sampel.....	44
F. Jenis dan Sumber Data	45
G. Teknik Analisis Data	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	60
B. Pembahasan.....	63
C. Analisis Statistik Deskriptif	65
D. Evaluasi Model Pengukuran (Outer).....	74
E. Evaluasi Model Struktural (Inner).....	81
F. Pembahasan Hasil Penelitian	84
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	87
A. KESIMPULAN	87

B. SARAN	88
----------------	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Berbagai Ukuran Parfum Mykonos	4
Gambar 2 Market Share Parfum & Wewangian Terlaris	5
Gambar 3 Tahap Keputusan Pembelian	24
Gambar 4 Kerangka Pemikiran	37
Gambar 5 Inner Model	53
Gambar 6 Logo Mykonos.....	62
Gambar 7 Hasil Pengujian Outer Model	74
Gambar 8 Hasil Uji Hipotesis.....	83

DAFTAR TABEL

Table 1 Data Merek Parfum Lokal di TikTok Shop.....	2
Table 2 Perbedaan Parfum Mykonos dengan Parfum lain	3
Table 3 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Content Marketing	10
Table 4 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Kualitas Produk.....	12
Table 5 Hasil Kuesioner Pra Survei Mengenai Keputusan Pembelian	13
Table 6 Penelitian Terdahulu.....	33
Table 7 Operasional Variabel	42
Table 8 Skala Likert	46
Table 9 Penilaian Rentang Skala	49
Table 10 Ringkasan Pedoman Umum Evaluasi Model Pengukuran dan Struktural.....	55
Table 11 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	63
Table 12 Profil Responden Berdasarkan Usia	64
Table 13 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	64
Table 14 Ditribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y).....	66
Table 15 Ditribusi Frekuensi Content Marketing (X1)	68
Table 16 Ditribusi Frekuensi Kualitas Produk (X2).....	71
Table 17 Uji Validitas Korvergen	75
Table 18 Average Varianve Extraced (AVE).....	77
Table 19 Uji Validitas Diskriminan.....	78
Table 20 Uji Reliabilitas.....	80
Table 21 Uji R-Square	81
Table 22 Uji F-Square	82
Table 23 Uji Hipotesis	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	95
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Mentah.....	101
Lampiran 3 Hasil Pengujian <i>Outer Loadings</i>	108
Lampiran 4 Hasil Pengujian <i>Inner Model</i>	110