

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *TIKTOK SHOP* DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Melani Simorangkir  
200910244**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA *TIKTOK SHOP* DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**



**Oleh  
Melani Simorangkir  
200910244**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2024**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Melani Simorangkir  
NPM : 200910244  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat judul:

**"PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*,  
DAN *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN PADA *TIKTOK SHOP* DI KOTA BATAM"**

Adalah hasil karya sendiri dan bukan merupakan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh oranglain, kecuali yang tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 13 Januari 2024

Yang menyatakan,



Melani Simorangkir

200910244

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *ONLINE  
CUSTOMER REVIEW*, DAN *CASH ON DELIVERY*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA *TIKTOK SHOP* DI KOTA BATAM**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana**

**Oleh  
Melani Simorangkir  
200910244**

**Telah Disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
Seperti tertera dibawah ini**

**Batam, 13 Januari 2024**



**Hikmah, S.E., M.Si.  
Pembimbing**



## ABSTRAK

Dalam era globalisasi penggunaan teknologi informasi dan komunikasi ini memungkinkan pelaku bisnis untuk mencapai audiens global tanpa batasan geografis dengan memanfaatkan platform yang tidak hanya untuk hiburan dan konten yang menarik, tetapi juga untuk memasarkan produk yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Tiktok *Shop* di Kota Batam, Indonesia menggunakan *content marketing*, *online customer review*, dan *cash on delivery* untuk mempengaruhi keputusan pembelian *customer* dalam membeli produk The Originote. Data untuk penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner *Google Form* menggunakan metode survei dengan pengumpulan data primer yang disebarkan kepada konsumen Tiktok *Shop* di Kota Batam. Sampel penelitian terdiri dari 204 responden yang secara aktif berbelanja produk The Originote melalui Tiktok *Shop*. Analisis data dilakukan menggunakan teknik regresi berganda untuk mengukur sejauh mana variabel independen (*Content Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Cash on Delivery*) mempengaruhi variabel dependen (Keputusan Pembelian). Sebanyak 204 orang berpartisipasi dalam penelitian ini. Dengan menggunakan SPSS versi 25, didapatkan hasil bahwa *Content marketing* mempengaruhi secara signifikan keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,000 < 0,005$ . *Online customer review* mempengaruhi secara signifikan keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,010 < 0,005$ . *Cash on delivery* mempengaruhi secara signifikan keputusan pembelian dengan signifikansi  $0,002 < 0,005$ . Hasil pengujian hipotesis (H4) *Content Marketing*, *Online Customer Reviews*, dan *Cash on Delivery* secara positif dan signifikan mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan dalam membeli produk The Originote di Tiktok *shop* di Kota Batam.

**Kata kunci:** *Cash on delivery*; *Content marketing*; *Online customer review*; Keputusan pembelian

## **ABSTRACT**

*In this era of globalization, the use of information and communication technology allows businesses to reach a global audience without geographic restrictions by utilizing platforms that are not only for entertainment and interesting content, but also for marketing products that have a significant impact on consumer purchasing decisions. The purpose of this study is to determine how Tiktok Shop in Batam City, Indonesia uses content marketing, online customer reviews, and cash on delivery to influence customer purchasing decisions in buying The Originote products. Data for this study was collected using a Google Form questionnaire using a survey method with primary data collection distributed to TikTok Shop consumers in Batam City. The research sample consisted of 204 respondents who actively shopped for The Originote products through TikTok Shop. Data analysis was carried out using multiple regression techniques to measure the extent to which the independent variables (Content Marketing, Online Customer Review, and Cash on Delivery) affect the dependent variable (Purchase Decision). A total of 204 people participated in this study. Using SPSS version 25, the results show that content marketing significantly influences purchasing decisions with a significance of  $0.000 < 0.005$ . Online customer reviews significantly influence purchasing decisions with a significance of  $0.010 < 0.005$ . Cash on delivery significantly influences purchasing decisions with a significance of  $0.002 < 0.005$ . The results of hypothesis testing (H4) Content Marketing, Online Customer Reviews, and Cash on Delivery positively and significantly influence consumers in making decisions in buying The Originote products at TikTok shops in Batam City.*

**Keywords :** *Cash on delivery; Content marketing; Online customer review; Purchase Decision*

## KATA PENGANTAR

Atas berkat rahmat dan karunia Tuhan Yang Maha Esa yang tidak pernah putus, penulis bisa menyelesaikan laporan tugas akhir yang menjadi prasyarat untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari masih terdapat beberapa kekurangan dalam Skripsi ini. Oleh karena itu, saran maupun kritik yang membangun akan selalu penulis terima dengan senang hati. Terlepas dari semua keterbatasan yang ada, penulis sadar dengan terselesaikannya Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, nasihat, serta dukungan dari banyak pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut ini:

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom., selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam;
4. Ibu Hikmah, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bantuan serta arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
5. Seluruh Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah membagikan ilmu pengetahuan kepada penulis;
6. Orang tua yang penulis cintai, Bapak Joni Fran Simorangkir dan Ibu Luminda Manalu yang senantiasa mendukung dan mendoakan kesuksesan anaknya, Terimakasih juga kepada Kakak dan adikku : Lenny, Jekly, Renold, Hercules yang selalu menemani dan memberi semangat;
7. Alberto Manurung yang senantiasa meluangkan waktu mendengar keluh kesah penulis, memberikan dukungan, motivasi serta selalu menemani penulis hingga skripsi ini terselesaikan dengan baik
8. Sahabat-sahabat penulis : Resa Desmirasari, Marcelina, Sinta Afriani, Vonny Cornellya, dan Mikha Cantika yang selalu ada menemani dan membantu penulis untuk bertukar pikiran dan menyelesaikan tugas akhir Skripsi;
9. Teman-teman se-angkatan penulis yang sudah membantu serta selalu memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini hingga selesai;
10. *Last but not least*, kepada diri sendiri. Terimakasih karena sudah berjuang, tidak menyerah, dan mau berusaha serta dapat mengendalikan diri untuk menyelesaikan skripsi tepat waktu.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas semua kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 13 Januari 2024

Penulis



Melani Simorangkir  
200910244





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1. 1 Latar Belakang.....	1
1. 2 Identifikasi Masalah .....	14
1. 3 Batasan Masalah .....	14
1. 4 Rumusan Masalah.....	15
1. 5 Tujuan Penelitian .....	15
1. 6 Manfaat Penelitian .....	16
1.6.1. Manfaat Teoritis .....	16
1.6.2. Manfaat Praktis .....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>18</b>
2. 1 Kajian Teori .....	18
2.1.1 <i>Content Marketing</i> .....	18
2.1.2 <i>Online Customer Review</i> .....	23
2.1.3 <i>Cash On Delivery</i> .....	27
2.1.4 Keputusan Pembelian .....	32
2. 2 Penelitian Terdahulu .....	37
2. 3 Kerangka Pemikiran .....	39
2.3.1. Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.3.2. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.3.3. Pengaruh <i>Cash On Delivery</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.3.4. Pengaruh <i>Content Marketing, Online Customer Review, Dan Cash On Delivery</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	41
2. 4 Hipotesis .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>43</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	43
3.2 Sifat Penelitian .....	43
3.3 Lokasi Dan Periode Penelitian .....	43
3.3.1 Lokasi Penelitian .....	43
3.3.2 Periode Penelitian.....	44
3.4 Populasi Dan Sampel.....	44
3.4.1 Populasi .....	44
3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel.....	45
3.4.3 Teknik Sampling .....	45

3.5	Sumber Data .....	46
3.6	Metode Pengumpulan Data .....	46
3.7	Defenisi Operasional Variabel Penelitian.....	47
3.7.1.	Variabel Independen .....	47
3.7.2.	Variabel Dependen.....	48
3.8	Metode Analisis Data .....	49
3.8.1	Analisa Deskriptif .....	49
3.8.2	Uji Kualitas Data.....	50
3.8.3	Uji Asumsi Klasik .....	52
3.8.4	Uji Pengaruh.....	54
3.9	Uji Hipotesis .....	55
3.9.1	Uji t (Uji Parsial).....	55
3.9.2	Uji F (Uji Simultan) .....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>57</b>
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	57
4.2.	Deskripsi Karakteristik Responden .....	58
4.3.	Analisis Deskriptif.....	60
4.4	Uji Kualitas Data.....	67
4.4.1	Uji Validitas .....	67
4.4.2	Uji Reliabilitas.....	71
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	71
4.5.1	Uji Normalitas .....	71
4.5.2	Uji Multikoleniaritas .....	73
4.5.3	Uji Heterokedasitas .....	74
4.6	Uji Pengaruh .....	76
4.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
4.6.2	Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )....	78
4.7	Pengujian Hipotesis .....	79
4.7.1	Uji t (Uji Parsial).....	79
4.7.2	Uji F (Simultan.....	80
4.8	Pembahasan.....	81
4.8.1	Pengaruh <i>Content marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian The Originote pada Tiktok <i>Shop</i> Di Kota Batam .....	81
4.8.2	Pengaruh <i>Online customer review</i> Terhadap Keputusan Pembelian The Originote.....	82
4.8.3	Pengaruh <i>Cash on delivery</i> Terhadap Keputusan Pembelian The Originote pada Tiktok <i>Shop</i> Di Kota Batam .....	82
4.8.4	Pengaruh <i>Content marketing, Online customer review, Cash on delivery</i> Terhadap Keputusan Pembelian The Originote pada Tiktok <i>Shop</i> Di Kota Batam.....	83
4.9	Implikasi Hasil Penelitian .....	83
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>86</b>
5.1	Kesimpulan .....	86
5.2	Saran .....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>xiv</b>

**LAMPIRAN**

Lampiran 1 Pendukung Penelitian

Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b> Data pengguna internet dari tahun ke tahun .....	2
<b>Gambar 1. 2</b> Content Review Pengguna Produk The originote .....	9
<b>Gambar 1. 3</b> Review Pengguna The originote pada ulasan produk.....	11
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran .....	41
<b>Gambar 4. 1</b> P-Plot Uji Normalitas .....	73
<b>Gambar 4. 2</b> Grafik Scatterplot.....	76

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> Penelitian Terdahulu.....	37
<b>Tabel 3.1</b> Periode Penelitian.....	44
<b>Tabel 3.2</b> Skala Likert .....	47
<b>Tabel 3.3</b> Defenisi Operasional Variabel .....	48
<b>Tabel 3.4</b> Rentang Skala.....	500
<b>Tabel 4.1</b> Jenis Kelamin Responden .....	588
<b>Tabel 4.2</b> Usia Responden.....	588
<b>Tabel 4.3</b> Pekerjaan Responden .....	59
<b>Tabel 4.4</b> Waktu Pembelian Terakhir.....	59
<b>Tabel 4.5</b> Rentang Skala.....	611
<b>Tabel 4.6</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Content marketing</i> (X1) .....	611
<b>Tabel 4.7</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Online customer review</i> (X2).....	633
<b>Tabel 4.8</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Cash on delivery</i> (X3).....	644
<b>Tabel 4.9</b> Analisis Deskriptif Variabel <i>Keputusan Pembelian</i> (Y).....	666
<b>Tabel 4.10</b> Uji Validitas X1.....	688
<b>Tabel 4.11</b> Uji Validitas X2.....	69
<b>Tabel 4.12</b> Uji Validitas X3.....	69
<b>Tabel 4.13</b> Uji Validitas Y.....	700
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Reabilitas.....	711
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji Kolmogorov Smirnov .....	722
<b>Tabel 4.16</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	744
<b>Tabel 4.17</b> Hasil Uji Glesjer.....	755
<b>Tabel 4.18</b> Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	777
<b>Tabel 4.19</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	788
<b>Tabel 4.20</b> Hasil Uji T.....	79
<b>Tabel 4.21</b> Hasil Uji F .....	811

## DAFTAR RUMUS

<b>Rumus 3.1</b> Jacob Cohen.....	455
<b>Rumus 3.2</b> Rentang Skala .....	500
<b>Rumus 3.3</b> Rumus Analisis Regresi Linier Berganda.....	544