

**DAMPAK KONTEN MARKETING, SOSIAL MEDIA
MARKETING DAN KENYAMANAN ONLINE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKET PLACE *AESTHETE.YOURLIFE* DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Rainbow
210910046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

**DAMPAK KONTEN MARKETING, SOSIAL MEDIA
MARKETING DAN KENYAMANAN ONLINE
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
MARKET PLACE *AESTHETE.YOURLIFE* DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

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



**Oleh :
Rainbow
210910046**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2025**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rainbow
NPM : 210910046
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul:

**Dampak Konten *Marketing*, Sosial Media Marketing Dan Kenyamanan
Online Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Market Place Aesthete.Yourlife*
Di Kota Batam**

Merupakan hasil atas suatu karya sendiri serta tidak “duplikasi” berdasarkan pada karya yang berasal dari orang lain. Sepemahaman saya, terdapat pada naskah Skripsi ini tidak ada karya ilmiah ataupun opini yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, terkecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini serta dipaparkan dalam sumber kutipan serta daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik 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, 06 Juli 2025

Rainbow
210910046



SKRIPSI

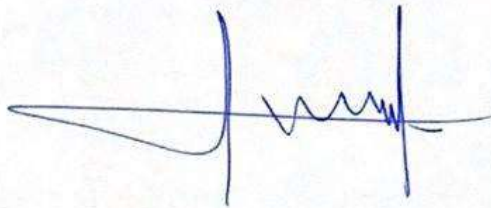
**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

Oleh:

**Rainbow
210910046**

**Telah disetujui oleh pembimbing pada tanggal
Seperti tertera di bawah ini**

Batam, 06 Juli 2025

A handwritten signature in blue ink, consisting of a series of loops and a long horizontal stroke, positioned above the name of the supervisor.

**Dr. Wasiman, S.E., M.M.
Pembimbing**



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh pemasaran konten, pemasaran media sosial, dan kenyamanan online terhadap keputusan pembelian konsumen secara online melalui marketplace. Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara konsumen berbelanja, membuat faktor-faktor seperti konten marketing, media sosial marketing, dan kenyamanan online menjadi krusial dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Konten marketing berfokus pada penyediaan informasi yang relevan dan bernilai untuk menarik serta mempertahankan audiens, sementara media sosial marketing memanfaatkan platform seperti Facebook dan Instagram untuk membangun interaksi yang lebih personal dengan konsumen. Kenyamanan online mencakup aspek-aspek seperti navigasi yang mudah, keamanan data, dan proses transaksi yang cepat. Penelitian ini menggunakan data primer dari survei konsumen dan data sekunder dari literatur yang relevan. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan wawasan bagi para praktisi bisnis dalam mengembangkan strategi pemasaran digital yang efektif, serta membantu akademisi memahami lebih dalam mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di era digital. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam menghadapi persaingan pasar online yang semakin ketat.

Kata Kunci: Pemasaran Konten, Pemasaran Media Sosial, Kenyamanan Online, Keputusan Pembelian, Marketplace, Strategi Pemasaran Digital.

ABSTRACT

This research aims to explore the impact of content marketing, social media marketing, and online convenience on consumer purchasing decisions online through marketplaces. The development of information technology has transformed consumer shopping habits, making factors such as content marketing, social media marketing, and online convenience crucial in influencing purchasing decisions. Content marketing focuses on providing relevant and valuable information to attract and retain audiences, while social media marketing utilizes platforms like Facebook and Instagram to build more personal interactions with consumers. Online convenience includes aspects such as easy navigation, data security, and fast transaction processes. This research uses primary data from consumer surveys and secondary data from relevant literature. The research findings are expected to provide insights for business practitioners in developing effective digital marketing strategies and help academics gain a deeper understanding of factors influencing consumer behavior in the digital era. Thus, this research aims to contribute to facing the increasingly tight competition in the online market.

Keywords: *Content Marketing, Social Media Marketing, Online Convenience, Purchasing Decisions, Marketplace, Digital Marketing Strategies.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada program studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala krendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

Semoga Tuhan membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serta taufi-Nya, Amin.

1. Rektor Universitas Putera Batam; Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam; Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. 3.
3. Bapak Dr. Wasiman, S.E., M.M. dan Ibu Triana Ananda Rustam, S.E., M.M selaku pembimbing Proposal Program Studi Manajemen yang telah memberikan dorongan semangat, bimbingan, pengarahan, saran dalam penyusunan Proposal ini;
4. Orang tua, keluarga serta teman-teman yang selalu mendukung dan mendoakan saya hingga saya bisa menyelesaikan proposal ini dengan baik

Batam, 06 Juli 2025

Rainbow



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori	11
2.2 Penelitian Terdahulu	39
2.3 Kerangka Pemikiran	41
2.4 Hipotesis.....	44

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian	45
3.2 Populasi dan Sampel	45
3.3 Definisi Operasional Variabel	46
3.4 Jenis dan Sumber Data	48
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6 Teknik Analisis Data.....	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	52
4.1.1 Profil Responden.....	52
4.1.2 Hasil Uji Validitas.....	55
4.1.3 Hasil Uji Reliabilitas	58
4.1.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	59
4.1.5 Hasil Uji Pengaruh	63
4.1.6 Uji Hipotesis	65
4.2 Pembahasan	68

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	70
----------------------	----

5.2 Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jumlah Pengguna Marketplace Tahun 2023.....	38
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	43
Gambar 4.1 Histogram Uji Normalitas.....	60
Gambar 4.2 Grafik P-P Plot	61
Gambar 4.3 Scatter Plot Heteroskedastisitas.....	62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	39
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.2 Skala Likert.....	49
Tabel 4.1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.2 Profil Responden berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.5 Profil Responden berdasarkan Jumlah Pembelian.....	55
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas	58
Tabel 4.8 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov.....	61
Tabel 4.9 Hasil Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4.10 Hasil Koefisien Regresi Linear Berganda	64
Tabel 4.11 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	65