

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *FLASH SALE* DAN *LIVE SHOPPING*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PENGGUNA
*TIKTOK SHOP***

**(STUDI PADA MAHASISWA ANGKATAN 2022 JURUSAN MANAJEMEN
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

MANAJEMEN



OLEH :

**NETI AYU NINGSIH
NIM 2022120159**

**UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI
JURUSAN MANAJEMEN
MALANG**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *CONTENT* MARKETING, FLASH SALE DAN LIVE SHOPPING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PENGGUNA *TIKTOK SHOP*
(STUDI PADA MAHASISWA ANGKATAN 2022 JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi MALANG)

SKRIPSI

Oleh :

NETI AYU NINGSIH

NIM. 2022120159

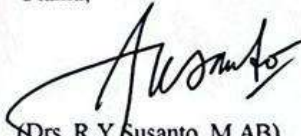
Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Untuk Dipertahankan Didepan Tim Penguji

Pada tanggal : 07 MARET 2026

Dosen Pembimbing

Utama,


(Drs. R. Y. Susanto, M.AB)

Dosen Pembimbing

Pendamping,


(Moh. Askiyanto, SE., MM)

Mengetahui

Ketua Program Studi,


(Moh. Askiyanto, SE., MM)

NIDN. 0706119401

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *FLASH SALE* DAN *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PADA PENGGUNA *TIKTOK SHOP*
(STUDI PADA MAHASISWA ANGKATAN 2022 JURUSAN
MANAJEMEN UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADewi
MALANG)

SKRIPSI

Oleh :

NETI AYU NINGSIH

NIM. 2022120159

Telah dipertahankan dihadapan dan telah diterima tim penguji skripsi
Fakultas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tunggadewi Malang

Tim Penguji :

1. Drs. R.Y Susanto, M.AB
2. Moh. Askiyanto, SE., MM
3. Fendiyatmi Kusufa, SE., MM



Mengesahkan

Dekan Fakultas Ekonomi,



Dr. Alham Mubtadin, SE., MSA
NUPTK. 3138752653130123

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NETI AYU NINGSIH
NIM : 2022120159
Program Studi : Manajemen
Program : Sarjana
Judul : PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *FLASH SALE* DAN *LIVE SHOPPING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PADA PENGGUNA *TIKTOK SHOP* (STUDI PADA MAHASISWA ANGKATAN 2022 JURUSAN MANAJEMEN UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADEWI MALANG)

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Laporan Skripsi yang saya tulis ini benar-benar tulisan saya, dan bukan merupakan plagiasi baik sebagian maupun seluruhnya.

Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa Laporan Skripsi ini hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Malang, 18 April 2026

Yang Membuat Pernyataan,



NETI AYU NINGSIH
NIM. 2022120159

MOTTO

”Jangan takut sebab Tuhan menyertai ”

(Yesaya 41 : 10)

*“Jangan takut, sebab aku menyertai engkau,
janganlah bimbang, sebab aku ini Allah mu Aku akan meneguhkan bahkan akan
menolong engkau, aku akan memegang engkau dengan tangan kanan ku yang
membawa kemenangan*

(Amsal 23 : 18)

“Karna masa depan sungguh ada dan harapanmu tidak akan hilang”



PERSEMBAHAN

Tiada lembar skripsi yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan. Dalam nama Tuhan Yesus, skripsi ini penulis persembahkan untuk :

1. Teruntuk cinta pertama, Bapak Alaxander Anen seorang bapak yang tangguh seorang bapak yang perkerja keras dan selalu berjuang demi keluarga kecilnya, walaupun beliau tidak sempat merasakan pendidikan dibangku perkuliahan, namun beliau mampu memberikan yang terbaik untuk penulis, tak kenal lelah beliau selalu mengusahakan segalanya demi kehidupan yang layak bagi keluarganya dan pendidikan terbaik untuk putri-putrinya terimakasih untuk semua perjuangan bapak. Semoga Tuhan Yesus senantiasa memberikan kesehatan,kesenangan dan umur yang panjang kepada bapak
2. Teruntuk bidadari surgaku mama, mama Nia Tik sosok yang luar biasa dan ibu yang tangguh, yang selalu mendoakan tanpa henti, selalu memberikan semangat motivasi, dan pengorban. Terima kasih atas cinta yang tak akan tergantikan, atas pengorbanan, tetasan air mata dan doa yang selalu menyertai setiap langkah penulis hingga sampai di titik ini. Semoga Tuhan Yesus selalu senantiasa memberikan kesehatan, kebahagiaan dan umur yang panjang kepada mamak
3. Adik tercinta, Nelia Agustin Grace, Terima kasih karna selalu bersedia menjadi teman untuk penulis dan mendengarkan keluh kesah penulis. Terima kasih karna sudah ikut serta memberikan semangat dan doa kepada penulis. Tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.

4. Kepada seseorang yang special yang Tuhan pertemukan kepada saya Pratu Moses Mendoca, terima kasih atas setiap dukungan, doa, dan semangat yang tak pernah putus selama penulis menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi penyemangat di saat lelah, pendengar di saat gelisah, dan penguat di setiap langkah. Kehadiranmu membuat perjuangan ini terasa lebih ringan dan penuh makna.
5. Kepada Teman seperjuanganku kontrakan TENS ,siska, febian ester, veronika tia, dan yang tidak bias ku sebut satu persatu terima kasih sudah banyak berpartisipasi dalam pembuatan skripsi ini, atas segala motivasi, dukungan, pengalaman yang sangat berkesan serta semangat hingga terselesaikan perkuliahan ini.



BIODATA DIRI



A. Identitas Diri

1. Nama Lengkap : Neti Ayu Ningsih
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat/Tanggal Lahir : Keramas , 30 Juli 2003
4. Motto Hidup : Jangan takut sebab Tuhan pegang kendali
5. Cita-cita : Pengusaha sukses
6. E-mail : netyayuningsih03@gmail.com
7. No. Telp : 0895635930841
8. Perguruan Tinggi : Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
9. Fakultas : Ekonomi
10. Prodi : Manajemen

A. Riwayat Pendidikan

	SD	SMP	SMA	PT
Nama Institusi	SDN 12 Engkepar	SMPN 06 Tayan Hilir	SMKN 7 Pontianak	Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang
Jurusan	Umum	Umum	Multimedia	Manajemen
Tahun Masuk- Lulus	2009-2016	2016-2019	2019-2022	2022-2026

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa Berkat Rahmat, dan Karuniannya kepada kita semua sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan Skripsi dengan judul “ Pengaruh *Content Marketing, Flash Sale, Cashback, Dan Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pengguna Tiktok (Studi Pada Mahasiswa JURUSAN MANAJEMEN Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang)”. Dalam penulisan skripsi ini tentu penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dan saran, untuk itu rasa terima kasih saya sampaikan kepada :

1. Prof. Dodi Wirawan Irawanto, SE., M.Com., Ph.D, Selaku Rektor Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
2. Dr. Ahmad Mukoffi, S.E., M. SA Selaku Dekan Faklutas Ekonomi Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
3. Moh. Askiyanto, S.E., MM Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.
4. Drs. R.Y. Susanto, M. AB. Selaku Dosen Pembimbing satu yang telah banyak membantu dan mengorbankan tenaga, waktu dalam membimbing dalam penulisan proposal skripsi dan menyelesaikan skripsi.
5. Moh. Askiyanto, SE., MM Selaku Dosen Pembimbing dua yang telah banyak membantu dan mengorbankan tenaga, waktu dalam membimbing dalam penulisan proposal skripsi dan menyelesaikan skripsi

6. Fendiyatmi Kusfa, SE., MM Selaku Dosen Penguji yang telah banyak membantu dan mengorbankan tenaga, waktu dalam membimbing dalam penulisan proposal skripsi dan menyelesaikan skripsi
7. Seluruh Dosen JURUSAN MANAJEMEN yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan.
8. Neti Ayu Ningsih, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karena telah berjuang untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Sulit bisa bertahan hingga titik ini, terima kasih untuk tetap hidup, mengusahakan dan merayakan dirimu sendiri.
9. Kepada keluarga tercinta, terutama untuk ayah, ibu dan adik saya yang selalu memberikan dukungan dalam penulisan skripsi saya.
10. Orang terkasih yang selalu membantu, menemani, dan mendukung selama proses penulisan skripsi ini.
11. Seluruh teman teman saya yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN.....	v
BIODATA DIRI	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Rumusan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.6 Paradigma Penelitian.....	6
1.7 Manfaat Penelitian.....	7
1.8 Ruang Lingkup Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kajian Teori.....	13
2.2.1 <i>Content Marketing</i>	13
2.2.2 <i>Flash Sale</i>	15
2.2.3 <i>Live Shopping</i>	17
2.3 Kerangka Pikiran.....	20
2.4 Hipotesis	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Desain Penelitian	23
3.2 Jenis Penelitian	23
3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	24
3.4 Populasi dan Sampel	24
3.4.1 Populasi	24
3.4.2 Sampel	25
3.5 Metode Pengambilan Sampel.....	26
3.6 Metode Pengumpulan Data	26
3.6.1 Kuisisioner	26
3.6.2 Dokumentasi.....	27
3.6.3 Observasi	27
3.6.4 Studi Pustaka	28
3.7 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	28
3.7.1 Definisi Operasional.....	28
3.7.2 Variabel Penelitian	30
3.7.3 Instrumen Pengukuran Variabel.....	30
3.8 Metode Analisis Data	31
3.8.1 Uji Validitas	31
3.8.2 Uji Reliabilitas.....	32
3.8.3 Uji Asumsi Klasik	33
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.8.5 Uji Hipotesis.....	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Hasil Penelitian.....	39
4.1.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	39
4.1.2 Gambaran Umum Responden	41
4.1.3 Analisis Statistik Deskriptif	43
4.1.4 Uji Kualitas Data	53
4.1.4.1 Uji Validitas	53
4.1.4.2 Uji Reabilitas.....	54
4.1.5 Uji Asumsi Klasik	55

4.1.5.1 Uji Normalitas	55
4.1.5.2 Uji Multikolinieritas	56
4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas	57
4.1.5.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
4.1.5.6 Uji koefisien determinasi (R^2)	61
4.1.5.7 Uji t (Parsial)	62
4.1.5.7 Uji F (Simultan)	63
4.2 Pembahasan	64
4.2.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap keputusan pembelian produk pada pengguna <i>TikTok</i>	64
4.2.2 Pengaruh <i>Flash Sale</i> terhadap keputusan pembelian produk pada pengguna <i>TikTok</i>	67
4.2.3 Pengaruh <i>Live Shopping</i> terhadap keputusan pembelian produk pada pengguna <i>TikTok</i>	70
4.2.4 Pengaruh <i>Content Marketing</i> , <i>Flash Sale</i> , dan <i>Live Shopping</i> terhadap keputusan pembelian produk pada pengguna <i>TikTok</i>	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan.....	75
5.2 Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	78
LAMPIRAN.....	84

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Definisi dan Pengukuran Variabel	29
Tabel 3.2 Bobot Jawaban Responden	31
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	41
Tabel 4.2 Deskripsi Program Studi Responden	42
Tabel 4.3 Deskripsi Pengguna TikTok Responden.....	42
Tabel 4.4 Tabulasi angket responden variabel <i>Content Marketing</i> (X1).....	43
Tabel 4.5 Tabulasi angket responden variabel <i>Flash Sale</i> (X2)	46
Tabel 4.6 Tabulasi angket responden variabel <i>Live Shopping</i> (X3)	48
Tabel 4.7 Tabulasi angket responden variabel Keputusan Pembelian (Y)	50
Tabel 4.8 Uji Validitas	53
Tabel 4.9 Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.10 Hasil Uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov.....	55
Tabel 4.11 Uji Multikolinearitas	56
Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda.....	58
Tabel 4.13 Uji Koefisien Determinasi (R ²)	61
Tabel 4.14 Uji t	62
Tabel 4.15 Uji F	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	21
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Heteroskedastisitas.....	40



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Koesioner.....	84
Lampiran 2 Olah Data SPSS	86
Lampiran 3. Data Mentah	89
Lampiran 4. Dokumentasi Penelitian.....	100
Lampiran 5. Dokumentasi Penelitian.....	107

