

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *LIVE STREAMING* DAN
ENDORSEMENT PADA APLIKASI *TIKTOK SHOP* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

Diajukan guna memenuhi persyaratan memperoleh gelar sarjana strata satu

Program Studi Ekonomi Syari'ah

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen



SKRIPSI

Oleh

Naeli Indahtul Munib

19.21166

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
TAHUN 2023**



**INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN FAKULTAS
EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Keputusan Direktur Jenderal Pendidikan Islam Nomor: 3532 Tahun 2013/Jl.
TentaraPelajamo. 55B Telp.(0278) 385902 Kebumen 54312
Website: www.iainukebumen.ac.id Email : info@iainukebumen.ac.id

NOTA DINAS

Hal: **Skripsi**

Kepada,

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAINU Kebumenc/q Biro Skripsi

Di Tempat

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Berdasarkan Surat Keputusan Dekan Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen No. In.11/X.10/IAINU/F.IV/I/018/2023 tertanggal 28 Januari 2023 tentang Judul dan Pembimbing Skripsi Tahun Akademik 2022/2023. Sebagai Pembimbing Skripsi Saudara:

Nama	: Naeli Indahtul Munib
NIM	: 19.21166
Program studi	: Ekonomi Syariah
Tahun akademik	: 2022/2023
Judul Skripsi	: Pengaruh <i>Content Markrting, Live Streaming</i> dan <i>Endorsment</i> Pada Aplikasi <i>TikTok Shop</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Perspektis Islam

Maka setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya, akhirnya kami anggap Skripsi tersebut sebagai hasil penelitian/ kajian mendalam telah memenuhi syarat untuk diajukan ke sidang munaqasyah IAINU Kebumen

Demikian, semoga dalam waktu dekat bisa dimunaqasyahkan, dan bersama ini kami kirimkan 3 (tiga) eksampler skripsi dimaksud.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Kebumen, 12 Maret 2023

Pembimbing

Niken Lestari S.E.I., M.E.

NIDN. 2125049102

SKRIPSI

**PENGARUH CONTENT MARKETING, LIVE STREAMING DAN
ENDORSMENT PADA APLIKASI TIKTOK SHOP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK DALAM PERSPEKTIF ISLAM**

Oleh

Naeli Indahtul Munib

19.21166

Telah dimunaqosahkan di depan Sidang Penguji
pada tanggal 10 September 2023
dan telah dinyatakan memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata 1 Ekonomi Syari'ah
pada tanggal 10 September 2023

Pembimbing


Niken Lestari, S.E.I., M.E.

NIDN. 2125049102

Penguji I


Nur Iman Hakim Al Faqih, M.E.K.

NIDN. 2108028901

Penguji II


Mukhsinun, M.E.I

NIDN. 2105038102

Ketua Sidang


Abdul Waid, M.S.I.

NIDN. 2116078202

Skretaris


Aniesatun Nurul Alieah, M.E.

NIDN. 2124019202



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : **Naeli Indahtul Munib**

NIM : **19.21166**

Judul Skripsi : **“Pengaruh *Content Marketing, Live Streaming Dan Endorsment* Pada Aplikasi *TikTok Shop* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Perspektif Islam”**

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah skripsi ini adalah benar benar hasil penelitian/pengkajian mendalam terhadap suatu pokok masalah yang dilakukan secara mandiri di bawah bimbingan dosen pembimbing dan berdasarkan metodologi karya ilmiah yang berlaku di IAINU Kebumen. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar keserjanaan di perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Jika dalam perjalanan waktu terbukti skripsi karya saya tidak sesuai dengan pernyataan ini, saya bersedia menanggung segala resikonya, termasuk pencabutan gelar keserjanaan yang saya sandang.

Kebumen, 3 Juni 2023



(**Naeli Indahtul Munib**)

Nama Terang dan Tanda Tangan

MOTTO

أَجْمَلُ هَنْدَسَةٍ بِنَاءُ جِسْرِ مِنَ الْأَمَلِ فَوْقَ جِسْرِ مِنَ الْيَأْسِ

“Arsitektur terindah adalah membangun jembatan harapan di atas jembatan keputusasaan”.¹

¹ Kata-kata Mutiara Arab Diakses pada 27 Juli 2023 dari:
<http://www.kamusmufradat.com/2020/01/kata-mutiara-bahasa-arab-kehidupan-html>

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alam, saya panjatkan puji syukur kepada Allah SWT atas segala ridho dan rahmat yang telah diberikan serta kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam selalu tercurah kepada junjungan dan suri tauladan kita Nabi Muhammad SAW, serta kepada keluarganya, sahabatnya dan siapa saja yang mendapat petunjuknya, aamiin.

Penulisan skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya Bapak Imam Choerul Fatoni dan Ibu Siti Nur Khasanah yang sudah merawat, membesarkan, mendidik, memberikan dukungan serta mendoakan saya dengan sepenuh hati dan ketulusan kasih sayang.
2. Kak Hanfiatul Lia Ilfi R., Adek Zidna Amalia Mufarokhah yang selalu memberikan saya do'a dan semangat.
3. Dosen pembimbing saya Ibu Niken Lestari, S.E.I., M.E., yang telah memberikan arahan serta bimbingannya dengan penuh kesabaran kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Bapak Rektor, Bapak Warek I, Bapak Warek II, Bapak Dekan, Bapak Kaprodi serta seluruh dosen dan staf FEBI IAINU Kebumen yang selalu mengamalkan ilmunya dengan ikhlas, serta selalu membimbing saya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

ABSTRAK

Di era perkembangan teknologi, konsumen dimudahkan dalam berbelanja untuk memenuhi kebutuhannya, yaitu dengan hadirnya sebuah *platform e-commerce* yang memudahkan konsumen untuk berbelanja kapan saja dan dimana saja, salah satunya yaitu *TikTok Shop*, konsumen bebas membeli apa saja yang diinginkannya. Keputusan pembelian merupakan tahapan terakhir bagi konsumen untuk mau atau tidaknya membeli suatu produk. *Content marketing, live streaming* dan *endorsement* teridentifikasi menjadi faktor penting dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di *TikTok Shop*. Tujuan penelitian ini bermaksud untuk mengetahui langsung seberapa besar pengaruh *content marketing, live streaming* dan *endorsement* terhadap keputusan pembelian produk di *TikTok Shop* dalam perspektif Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif kausal yang bertujuan untuk mencari tahu sejauh mana hubungan sebab akibat dari pengaruh *content marketing, live streaming* dan *endorsement* terhadap keputusan pembelian. Data dalam penelitian ini merupakan data primer yang di kumpulkan melalui penyebaran kuesioner, sampel pada penelitian ini berjumlah 105 responden yang dianalisis menggunakan IBM SPSS Statistik 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *content marketing, live streaming* dan *endorsement* berpengaruh secara simultan dan persial terhadap keputusan pembelian produk di *TikTok Shop*. Dalam nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukan sebesar 0,615, yang artinya keputusan pembelian 61,5% dipengaruhi oleh *content marketing, live streaming* dan *endorsment*. Sedangkan sisanya 38,5% keputusan pembelian di pengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci: *Content marketing, Live Streaming, Endorsment, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

In the era of technological development it is easier for consumers to shop to meet their needs, namely by the presence of an e-commerce platform that makes it easier for consumers to shop anytime and anywhere one of which is the TikTok Shop. Consumers are free to buy whatever they want. Purchase decisions are the last stage for consumers to want or not to buy a product. Content marketing, live streaming and endorsement are identified as important factors in increasing product purchasing decisions at the TikTok Shop. The purpose of this study is to find out directly how much influence content marketing, live streaming and endorsements have on product purchasing decisions at the TikTok Shop from an Islamic perspective.

This study uses a quantitative approach with a causal associative method which aims to find out the extent of the causal relationship between the influence of content marketing, live streaming and endorsements on purchasing decisions. The data in this study is primary data collected through distributing questionnaires, the sample in this study, totaling 105 respondents who were analyzed using IBM SPSS Statistics 25.

The results of this study indicate that the variables of content marketing, live streaming and endorsements have a simultaneous and partial effect on product purchasing decisions at the TikTok Shop. The value of the coefficient of determination (R^2) is 0,615. Which means that the purchase decision is 61,5% influenced by content marketing, live streaming and endorsements. While the remaining 38,5% purchasing decisions are influenced by other variables.

Keyword: *Content Marketing, Live Streaming, Endorsement, Purchasing Decisions*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirobbil'alamin

Pertama, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas berupa skripsi dengan judul “Pengaruh *Content Marketing, Live Streaming Dan Endorsement* Pada Aplikasi TikTok *Shop* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dalam Perspektif Islam”. Kedua shalawat serta salam tidak lupa dihaturkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, yang kita nanti natikan syafa’atnya di hari kiamat nanti. Aamin. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan dalam meraih Gelar Akademik Sarjana Ekonomi Strata 1 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen. Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik atas dukungan, semangat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Benny Kurniawan, M.Pd.I., selaku Rektor Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama Kebumen.
2. Bapak Abdul Waid, M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen.
3. Ibu Aniesatun nurul alieah, M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
4. Dosen pembimbing saya Ibu Niken Lestari, S.E.I., M.E., yang telah memberikan arahan serta bimbingannya dengan penuh kesabaran kepada saya agar dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen yang telah memberikan ilmu yang sangat berguna bagi penulis.
6. Seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen.
7. Perpustakaan IAINU Kebumen pusat yang telah memberikan pengetahuan melalui buku-buku yang penulis jadikan sebagai referensi.
8. *Google Scholar* dan *E-book* yang telah memberikan pengetahuan melalui karya tulis yang penulis jadikan sebagai referensi.

9. Kedua orang tua saya Bapak Imam Choerul Fatoni dan Ibu Siti Nur Khasanah dan kakak saya beserta Hanfiatul Lia Ilfi R. beserta adik saya Zidna Amalia Mufarokhah yang telah memberikan dukungan baik tenaga, pikiran, finansial, kasih sayang, semangat, serta mendoakan dalam perjalanan menimba ilmu.
10. Teman-teman seangkatan dan seperjuangan khususnya kelas Reguler yang telah memberikan semangat, dukungan, motivasi dan doa.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena sesungguhnya kesempurnaan hanya milik Allah SWT, dan kesalahan datangnya dari diri kita. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Amiin.

Kebumen, 03 Juni 2023

Penulis,

Naeli Indahtul Munib
NIM.19.21166

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PENGESAHAN	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Pembatasan Masalah	6
C. Perumusan Masalah	7
D. Penegasan Istilah	8
E. Tujuan Penelitian	10
F. Kegunaan Penelitian	11
BAB II KERANGKA TEORITIS	12
A. Landasan Teori	12

B. Hasil Penelitian Terdahulu	40
C. Hipotesis Penelitian	43
D. Instrumen Penelitian	44
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	45
A. Pendekatan Penelitian	45
B. Desain Penelitian	45
C. Subjek Penelitian	46
D. Teknik Pengumpulan Data	48
E. Teknik Analisis Data	49
F. Kerangka Pemikiran	56
BAB IV HASIL PENELITIAN	57
BAB V PENUTUP	91
A. Kesimpulan	91
B. Saran-saran	92
C. Kata Penutup	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	59
Tabel 4.2	60
Tabel 4.3	61
Tabel 4.4	62
Tabel 4.5	62
Tabel 4.6	63
Tabel 4.7	64
Tabel 4.8	65
Tabel 4.9	66
Tabel 4.10	67
Tabel 4.11	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	2
Gambar 1.2	3
Gambar 4.1	57
Gambar 4.2	58
Gambar 4.3	70
Gambar 4.4	72
Gambar 4.5	73
Gambar 4.6	74
Gambar 4.7	75
Gambar 4.8	77
Gambar 4.9	78
Gambar 4.10	80