

**PENGARUH KONTEN *MARKETING*, *LIVE STREAMING*, *ONLINE
CUSTOMER REVIEW* DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK SHOPEE DI KEBUMEN**



**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNISISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR
SARJANA EKONOMI**

**Oleh
Khoirul Kurniasih
20.21205**

**PEMBIMBING:
MUHAMAD FAIZ ARRAFI, S.E., M.E
NIDN 2124059401**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NAHDLATUL ULAMA KEBUMEN
TAHUN 2024**

SKRIPSI

PENGARUH KONTEN *MARKETING*, *LIVE STREAMING*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SHOPEE DI KEBUMEN

Oleh
KHOIRUL KURNIASIH
20.21205

Telah Dimunaqosahkan Di Depan Sidang Penguji Pada
Tanggal.....
Dan Telah Dinyatakan Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelarsarjana
Strata 1 Ekonomi Syariah
Pada Tanggal.....

Pembimbing



Muhamad Faiz Arrafi, S.E., M.E
NIDN 2124059401

Penguji I



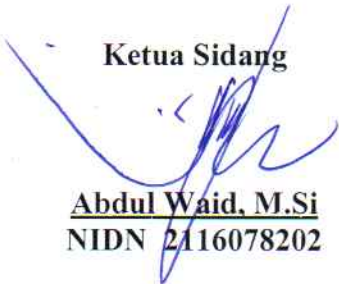
Niken Lestari, M.E
NIDN 2125049102

Penguji II



H. Munir Achyar, M.Si
NIDN 0630056301

Ketua Sidang



Abdul Waid, M.Si
NIDN 2116078202

Sekretaris



Annisa Mangole, M.E
NIDN 2110129003



PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Khoirul Kurniasih

NIM : 2021205

Judul Skripsi : Pengaruh Konten *Marketing, Live Streaming, Online Customer Review*, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Di Kebumen

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. Dan dengan skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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 resiko, termasuk pencabutan gelar kesarjanaan yang saya sandang.

Kebumen, Agustus 2024



Khoirul Kurniasih

MOTTO

*“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama
kesulitan ada kemudahan”*

(QS. Al-Insyirah 94: 5 & 6)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Atas karunia serta kemudahan yang telah diberikan sehingga akhirnya skripsi yang berjudul “Pengaruh Konten *Marketing, Live Streaming, Online Customer Review*, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee di Kebumen” ini terselesaikan. Tak lupa Shalawat dan salam selalu terlimpahkan atas kehadiran Rasulullah SAW.

Penulis ingin mempersembahkan sebuah skripsi ini kepada orang-orang yang sangat penulis kasihi dan sayangi, karya ini penulis persembahkan untuk:

1. Almamaterku Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen tempat penulis mencari ilmu untuk selalu senantiasa belajar
2. Bapak Turmadi dan Ibu Khamidah yang mana beliau merupakan orang tua tercinta yang telah memberikan dukungan sepenuhnya baik secara materi maupun non materi kepada penulis serta senantiasa mendoakan penulis tiada hentinya.
3. Riani Rahayu dan Nurul Marifat, selaku Kakak dan Adik penulis yang telah menyemangati penulis dalam mengerjakan skripsi
4. Bapak Muhamad Faiz Arrafi, S.E., M.E yang sudah bersedia menjadi dosen pembimbing untuk penulis dan selalu memberikan arahan serta masukan untuk penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini

5. Semua dosen yang telah mengajar dan memdidik penulis dengan penuh rasa sabar dan ikhlas. Sehingga ilmu yang penulis dapatkan dibangku perkuliahan dapat menjadi ilmu yang bermanfaat bagi banyak orang
6. Sahabat-sahabatku dan semua pihak yang memberikan dorongan dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini
7. Perpustakaan daerah kabupaten Kebumen yang telah memberikan fasilitas dan dukungan yang luar biasa dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas sumber daya, informasi, dan kenyamanan yang telah membantu saya dalam penelitian. Semoga perpustakaan ini terus menjadi pusat ilmu pengetahuan dan referensi bagi masyarakat.
8. Terimakasih kepada diri saya sendiri sudah bertahan sejauh ini. Terimakasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai dititik ini walau seringkali merasa putus asa atas apa yang diusahakan dan belum sempurna, namun terimakasih tetap menjadi manusia yang selalu berusaha dan tidak lelah mencoba. Terimakasih karena telah memutuskan tidak menyerah sesulit apapun prosesnya dan telah menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin.

PEDOMAN TRANSLITERASI BAHASA ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	be
ت	Ta'	T	te
ث	S [^] a	s\	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	je
ح	Ha	H	ha (dengan garis dibawah)
خ	Kha'	K	ka dan ha
د	dal	D	de
ذ	Zal	Z	z (dengan titik di atas)
ر	ra'	R	er
ز	Zai	Z	zet
س	Sin	S	es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Sad	S{	es (dengan titik di bawah)
ض	d'ad	D{	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	T{	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	Z{	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	ge
ف	fa'	F	ef
ق	Qaf	Q	qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	w
ه	ha'	H	ha
ء	hamzah	,	apostrof
ي	Ya	Y	ye

B. Konsonan rangkap karena syaddah ditulis rangkap

متتدة	Ditulis	Muta'addidah
عدة	Diulis	'iddah

C. Ta' marbutah di akhir kata

1. Bila dimatikan ditulis h

حكمة	Ditulis	H{ikmah
علة	Ditulis	'illah

(ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti salat, zakat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila diikuti dengan kata sambung 'al' serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis h.

كرامة الاول لياء	Ditulis	Kara>mah al-aulya>'
------------------	---------	---------------------

3. Bila ta' marbutah hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis t atau h.

زكاة الفطر	Ditulis	Zaka>h al-fit{ri
------------	---------	------------------

D. Vokal Pendek

Fathah	Ditulis	A
فعل	Ditulis	fa'ala
	Ditulis	i
نكر	Ditulis	zu\kira
	Ditulis	u
يذهب	Ditulis	yaz\habu
dammah		

E. Vokal Panjang

1 Fathah+ Alif	ditulis	a>
جاهلية	ditulis	ja>hiliyyah
2 Fathah+ya' mati	ditulis	a>
تنسى	ditulis	tansa>
3 Kasrah+ya' mati	ditulis	i>
كريم	ditulis	kari>m
4 Dammah+wawu mati	ditulis	u>
فروض	ditulis	furu>d

F. Vokal Rangkap

1 Fathah +ya' mati	ditulis	ai
بينكم	ditulis	Bainakum
2 Fathah +wawu mati	ditulis	au
قول	ditulis	qaul

G. Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

الانتم	ditulis	A'antum
اعدت	ditulis	U'iddat
لئن شكرتم	ditulis	La'in syakartum

H. Kata sandang Alif +Lam

1. Bila diikuti huruf Qamariyyah ditulis dengan menggunakan huruf “l”.

القران	ditulis	Al-Qur’a>n
--------	---------	------------

القياس	ditulis	Al-Qiya>s
--------	---------	-----------

2. Bila diikuti huruf Syamsiyyah ditulis dengan menggunakan huruf Syamsiyyah yang mengikutinya, dengan menghilangkan huruf l (el) nya.

السماء	ditulis	As-Sama>’
--------	---------	-----------

الشمس	ditulis	Asy-Syams
-------	---------	-----------

I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut penulisnya.

ذوي الفروض	ditulis	z\awi al-furu>d}
------------	---------	------------------

اهل السنة	ditulis	Ahl as-Sunnah
-----------	---------	---------------

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten *marketing*, *live streaming*, *online customer review*, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk shopee di Kebumen. Konten *marketing* adalah suatu strategi yang disusun untuk menarik audien baru dengan tujuan untuk menentukan keputusan pembelian. *Live streaming* adalah siaran langsung yang ditunjukkan kepada banyak orang secara bersamaan dengan waktu kejadian aslinya. *Online customer review* adalah deskripsi dari pembeli sebelumnya berupa ulasan baik atau buruk, dan tulisan atau gambar. Gaya hidup mencerminkan opini seseorang yang sangat mempengaruhi perilaku pembelian dalam menentukan keputusan. Keputusan pembelian adalah niat konsumen untuk membeli barang yang didapat dari informasi terkait produk yang akan dibeli terlebih dahulu sampai tahap pembeli benar-benar membeli barang tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode asosiatif atau korelasi. Populasi penelitian ini adalah masyarakat Kabupaten Kebumen yang berumur 20-35 tahun dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dengan teknik *non-probability* sampling dan memakai metode *convenience sampling*. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel konten *marketing* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk shopee di Kebumen. *Live streaming*, *online customer review*, dan gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk shopee di Kebumen. Secara simultan variabel konten *marketing*, *live streaming*, *online customer review*, dan gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk shopee di Kebumen.

Kata Kunci : *konten marketing*, *live streaming*, *online customer review*, *gaya hidup*, *keputusan pembelian*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of content marketing, live streaming, online customer reviews, and lifestyle on purchasing decisions for shopee products in Kebumen. Content marketing is a strategy designed to attract new audiences with the aim of determining purchasing decisions. Live streaming is a live broadcast shown to many people at the same time as the original event. Online customer review is a description from previous buyers in the form of good or bad reviews, and writing or images. Lifestyle reflects a person's opinion which greatly influences purchasing behavior in determining decisions. This research uses a quantitative approach with associative or correlation methods. The population of this study is the people of Kebumen Regency aged 20-35 years. The sampling technique was non-probability sampling technique and used convenience sampling method. Data collection using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression analysis. The results showed that the content marketing variable had a negative and significant effect on purchasing decisions for shopee products in Kebumen. Live streaming, online customer reviews, and lifestyle have a positive and significant effect on the variable purchase decision for shopee products in Kebumen. Simultaneously, the variables of content marketing, live streaming, online customer review, and lifestyle have a positive effect on purchasing decisions for shopee products in Kebumen.

Keywords: content marketing, live streaming, online customer review, lifestyle, purchasing decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji dan syukur Penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-Nya atas ilmu pengetahuan, kesehatan dan petunjuk, sehingga skripsi dengan judul “ Pengaruh Konten *Marketing, Live Streaming, Online Customer Review*, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shopee Di Kebumen” dapat diselesaikan. Sholawat serta salam disampaikan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan pengikut-pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Syari’ah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen guna memperoleh penyelesaian skripsi. Penyelesaian skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa adanya bantuan, kerjasama, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Benny Kurniawan, M.Pd.I selaku rektor IAINU Kebumen
2. Bapak Abdul Waid, S.H.I., M.S.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen
3. Ibu Aniesiatun Nurul Alifah selaku Kaprodi jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen

4. Bapak Muhamad Faiz Arrafi, S.E., M.E selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis penuh dengan kesabaran sehingga penelitian ini selesai
5. Bapak Ibu Dosen serta karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen yang telah memberikan ilmu serta motivasi yang bermanfaat kepada penulis hingga dapat menyelesaikan studi.
6. Pimpinan dan karyawan perpustakaan pada Institut Agama Islam Nahdlatul Ulama (IAINU) Kebumen yang telah memberikan informasi, data, referensi dan lain-lain.
7. Kepada keluarga besar terutama Ayah dan Ibu. Terima kasih atas keikhlasannya dalam memperjuangkan tenaga, biaya, nasihat, waktunya dan terima kasih atas segala dukungan terbaiknya.
8. Sahabat-sahabat terbaik yang telah membantu dan memberi semangat kepada penulis yang selalu bersama selama proses perkuliahan serta memberikan dukungan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi.
9. Teman- teman seperjuangan khususnya jurusan Ekonomi Syariah yang telah banyak membantu penulis.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat dalam mengembangkan ilmu pengetahuan dan memberikan masukan untuk perkembangan penulis maupun pihak yang berkepentingan. Semoga Allah SWT senantiasa membalas segala kebaikan.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pembatasan Masalah	9
C. Perumusan Masalah	10
D. Penegasan Istilah.....	10
E. Tujuan Penelitian	12
F. Manfaat Penelitian	13
BAB II	16
KERANGKA TEORITIS.....	16
A. Landasan Teori.....	16
B. Telaah Pustaka	37
C. Hipotesis Penelitian.....	40
D. Kerangka Pemikiran.....	46
BAB III.....	47
METODE PENELITIAN	47
A. Pendekatan Penelitian	47
B. Desain Penelitian.....	47
C. Subjek Penelitian.....	48

D. Teknik Pengumpulan Data.....	50
E. Teknik Analisis Data.....	51
BAB IV	57
PEMBAHASAN	57
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	57
B. Analisis Deskriptif	57
C. Hasil Analisis Data.....	59
D. Pembahasan.....	68
BAB V.....	75
PENUTUP.....	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	59
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolineritas	64
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pengunjung Terbanyak <i>E-Commerece</i> 2023.....	3
Gambar 4.1 Hasil Uji Heterokedastisitas	63