

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* TERHADAP MINAT
BELI PENGGUNA APLIKASI SHOPEE (Survei pada Pengguna
Aplikasi Shopee di Jabodetabek)**

HANA PASKARIYANI

1702518003



**Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan
mendapatkan gelar Ahli Madya pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta.**

PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2021

***THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING TOWARD
PURCHASE INTENTION OF SHOPEE APPLICATION USERS
(Survey on Shopee Application Users in Jabodetabek)***

HANA PASKARIYANI

1702518003



***This Scientific Paper was arranged to meet one of the requirements for obtaining
an Associate Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta.***

DIII MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2021

ABSTRAK

Hana Paskariyani. 1702518003. Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee (Survei pada Pengguna Aplikasi Shopee di Jabodetabek). Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Gambaran *content marketing* yang dimiliki aplikasi Shopee. 2) Gambaran minat beli pengguna aplikasi Shopee. 3) Pengaruh *content marketing* terhadap minat beli pengguna aplikasi Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi Shopee di Jabodetabek. Sampel penelitian ini berjumlah 130 responden. Metode dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Teknik analisis data menggunakan uji instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis (uji t) dan koefisien determinasi (R^2) dengan aplikasi SPSS versi 26 untuk pengolahan data. *Content marketing* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dengan hasil hipotesis nilai sig $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $> t$ tabel ($8,057 > 1,978$) serta *content marketing* memiliki pengaruh 33,6% terhadap minat beli.

Kata Kunci: *Content Marketing*, Minat Beli, Shopee

ABSTRACT

Hana Paskariyani. 1702518003. The Influence of Content Marketing Toward Purchase Intention of Shopee Application Users (Survey on Shopee Application Users in Jabodetabek). DIII Marketing Management Study Program. Faculty of Economic. State University of Jakarta.

This study aims to determine: 1) Overview of content marketing that the Shopee application has. 2) Overview of Shopee application users purchase intention. 3) The influence of content marketing toward purchase intention of Shopee application users. The population of research were users of the Shopee application in Jabodetabek. Sample of research total of 130 respondents. The method of research uses descriptive analysis. Data analysis techniques using the instrument test, classical assumption test, simple linear regression analysis, hypothesis testing (t-test) and coefficient determination (R^2) with the application of SPSS version 26 for data processing. Content marketing has a influence positive and significant to purchase intention with the results of hypothesis sig value of $0,000 < 0,05$ and the value of t count $>$ t table ($8,057 > 1,978$) and content marketing has an influence 33,6% to purchase intention.

Keywords: Content Marketing, Purchase Intention, Shopee

LEMBAR PERSETUJUAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon (021) 4721227, Surel fe@unj.ac.id - www.fe.unj.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SIDANG KARYA ILMIAH

Kami, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP/NIDK : 195702211985032002
Bertindak sebagai : Dosen Pembimbing

Memberikan persetujuan kepada mahasiswa di bawah ini:

Nama : Hana Paskariyani
No. Registrasi : 1702518003
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Judul Karya Ilmiah : Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee (Survei pada Pengguna Aplikasi Shopee di Jabodetabek)

untuk mengikuti Ujian Karya Ilmiah.

Jakarta, 19 Mei 2021

Mengetahui,
Koord. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran Dosen Pembimbing

Dra. Sholikhah, M.M.
NIP. 1962006231990032001

Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP/NIDK. 195702211985032002


Keterangan:




1. Formulir harus diketik
2. Tanda tangan harus asli

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN KARYA ILMIAH

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi


Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<u>Dra. Sholikhah, M.M</u> NIP.196206231990032001 (Ketua Penguji)		09 Juni 2021
2	<u>Ika Febrilia, SE, M.M</u> NIP.198702092015042001 (Penguji Ahli)		08 Juni 2021
3	<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP.195702211985032002 (Pembimbing)		09 Juni 2021

Nama : Hana Paskariyani
No. Registrasi : 1702518003
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Tanggal Lulus : 04 Juni 2021

LEMBAR ORISINALITAS

LEMBAR ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hana Paskariyani
NIM : 1702518003
Program Studi : DIII Manajemen Pemasaran
Tahun Ajaran : 2018

Dengan ini menyatakan bahwa isi dari karya ilmiah dengan judul **“Pengaruh *Content Marketing* terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee (Survei pada Pengguna Aplikasi Shopee di Jabodetabek)”** ini adalah benar - benar karya ilmiah saya sendiri, dan saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan pedoman dan etika yang berlaku dalam keilmuan.

Atas pernyataan ini saya siap menerima tindakan/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan pelanggaran atas penyalahgunaan ataupun tindakan yang tidak sesuai dengan etika akademik dalam karya ilmiah saya ini, atau terdapat klaim terhadap keaslian karya ilmiah saya ini.

Jakarta, 09 Juni 2021

Yang menyatakan,


Hand Paskariyani

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan kasih karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan karya ilmiah yang berjudul **“Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Minat Beli Pengguna Aplikasi Shopee (Survei pada Pengguna Aplikasi Shopee di Jabodetabek)”**

Penyusunan karya ilmiah ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar ahli madya di Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan karya ilmiah ini terutama kepada:

1. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Univeritas Negeri Jakarta.
2. Dra. Sholikhah, MM, selaku Koordinator Program Studi Diploma III Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Umi Mardiyati, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dan mengarahkan peneliti.
4. Kedua orang tua yang peneliti cintai dan sayangi, yang dengan rasa cinta dan kasih sayangnya secara tulus telah mengurus, membesarkan, mendidik peneliti hingga sekarang ini serta memberikan semangat dan doa yang tiada henti-hentinya kepada peneliti.

5. Seluruh dosen Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dan memberikan ilmu yang bermanfaat selama peneliti duduk di bangku perkuliahan.
6. Seluruh kerabat dan teman-teman Prodi Diploma III Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta serta saudara kandung peneliti yang telah membantu peneliti agar dapat menyelesaikan karya ilmiah ini.
7. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk membantu dalam mengisi kuesioner penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa karya ilmiah ini masih sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan peneliti dalam hal pengalaman dan wawasan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya saran serta masukan bahkan kritik yang dapat membangun serta menambah pengetahuan dari pihak-pihak yang ada.

Jakarta, 22 Maret 2021

Peneliti