

**PENGARUH *LIVE STREAMING*, E-PROMOSI DAN KONTEN  
MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN  
KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING  
(STUDI KASUS PADA LOKAL BRAND JINISO)**

**Herli Marlina**

**1708822005**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**Tesis Ini ditulis Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

**THE INFLUENCE OF LIVE STREAMING, E-PROMOTIONS AND  
CONTENT MARKETING ON REPURCHASE INTENTIONS WITH  
CUSTOMER SATISFACTION AS AN INTERVENING VARIABLE  
(CASE STUDY ON LOCAL BRAND JINISO)**

**Herli Marlina**

**1708822005**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**This Thesis is Prepared as One of The Requirements to Obtaining  
a Master of Management Degree**

**MASTER OF MANAGEMENT STUDY PROGRAM FACULTY  
OF ECONOMICS**

**STATE UNIVERSITY OF JAKARTA**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi

Prof. Usep Suhud, M.Si, Ph.D

NIP 197002122008121001

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Prof. Dr. Umi Widyastuti, S.E., M.E. NIP 197612112000122001 (Ketua Penguji)		30/01 24
2.	Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP 197206272006041001 (Pembimbing 1)		30/01 24
3.	Dr. Setyo Ferry Wibowo, S.E., M.Si. NIP 197206171999031001 (Pembimbing 2)		30/01 24
4.	Prof. Dr. Puji Wahono, S.E., M.Si NIP 196002011987021001 (Penguji 1)		30/01 24
5.	Prof. Corry Yohana, M.M. NIP 195909181985032011 (Penguji 2)		30/01 24

Nama : Herli Marlina

No. Registrasi : 1708822005

Program Studi : Magister Manajemen Konsentrasi Manajemen Pemasaran

Tanggal Lulus : 23 Januari 2024





FAKULTAS EKONOMI

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Gedung M, Jalan Rawamangun Muka,  
Jakarta 13220 Telepon (021) 4721227, Fax: (021) 4706285, Surat Elektronik:

LEMBAR PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Herli Marlina  
No.Reg : 1708822005  
Jurusan : Magister Manajemen  
Similarity Score (Turnitin) : 18% (18 Persen)

Judul Tesis : Pengaruh *Live Streaming*, E-Promosi dan Konten Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Lokal Brand Jiniso)

Telah Memenuhi standar minimum turnitin di program studi Magister Manajemen dan untuk mengikuti pemberkasan akhir Tesis di Program Studi S2 Magister manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta,

Mengetahui,  
Koordinator Prodi S2 Magister FE UNJ

Jakarta, 24 Februari 2024  
Mahasiswa,



Prof. Dr. Umi Widyastuti, SE, ME  
NIP. 197612112000122001

Herli Marlina

Catatan:

Berikut lampiran turnitin

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Herli Marlina  
NIM : 1708822005  
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang, 27 Maret 1997  
Program : Magister  
Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa tesis dengan judul “Pengaruh *Live Streaming*, E-Promosi dan Konten Marketing Terhadap Minat Pembelian Ulang dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Lokal Brand Jiniso)” merupakan karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiat dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Pascasarjana Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 3 Februari 2024

Herli Marlina  
NIM 1708822005

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh live streaming, e-promotion dan konten pemasaran terhadap minat pembelian ulang dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening pada brand lokal Jiniso. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan teknik purposive sampling dan menggunakan sampel sebanyak 200 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Analisis data menggunakan aplikasi SEM LISREL 8.8. Hasil penelitian menunjukkan bahwa live streaming berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang, e-promotions berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang, konten pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian ulang, kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh live streaming pada minat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh e-promosi terhadap minat pembelian ulang dan kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh konten pemasaran terhadap minat pembelian ulang.

**Keywords:** *Live Streaming, E-Promosi, Konten Marketing, Kepuasan Pelanggan, Keputusan Pembelian Ulang*

## **ABSTRACT**

This research aims to determine the effect of live streaming, e-promotions and marketing content on repurchase intention with customer satisfaction as an intervening variable for the local brand Jiniso. This research uses quantitative research using purposive sampling and using a sample of 200 people. The data collection technique uses a questionnaire. Data analysis using the SEM LISREL 8.8 application. The research results show that live streaming have a positive and significant effect on repurchase intention, e-promotions have a positive and significant effect on repurchase intention, marketing content have a positive and significant effect on repurchase intention, customer satisfaction can mediate the influence of live streaming on repurchase intention. Customer satisfaction can mediate the influence of e-promotions on repurchase intention and customer satisfaction can mediate the influence of marketing content on repurchase intention.

**Keywords:** *Live streaming, E-Promotion, Content Marketing, Customer Satisfaction, Repurchase Intention*

## KATA PENGANTAR



الحمد لله رب العالمين, وبه نستعين وعلى أمور الدنيا والدين, والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين, سيدنا  
وحبيبنا وشفيعنا وقرّة أعيننا ومولانا محمد. وعلى أله وصحبه أجمعين, لاحول ولا

قوة إلا بالله العليّ العظيم. أمّا بعد

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas segala limpahan nikmat, karunia, serta hidayah-Nya. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa terhaturkan dan tercurahkan kepada *khatamul anbiya' wal mursalin* nabi pembawa cahaya kebenaran beliau manusia termulia baginda Nabi agung Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya serta orang-orang yang mencintainya, hingga *yaumul qiyamah*. Semoga kita semua, orang tua kita, keluarga kita, guru-guru kita diberi tetap Iman, Islam, Ihsan, istiqomah dalam beribadah dan dibimbing oleh Allah SWT dan pada akhirnya jika kita dipanggil menghadap Allah SWT menepati *'ala ar-Ridha wa khusnul khatimah. Amin yaa Rabbal 'Alamiin*.

Penyusunan Tesis ini merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta



(UNJ). Dengan segenap semangat dan kemampuan yang terbatas akhirnya penulis dapat menyelesaikan Tesis yang berjudul “PENGARUH *LIVE STREAMING*, E-PROMOSI DAN KONTEN MARKETING TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KASUS PADA LOKAL BRAND JINISO)” dengan baik. Sebagai hamba yang lemah dan banyak kesalahan, penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan Tesis ini banyak pihak yang ikut serta memberikan bantuan moril maupun materil. Oleh karenanya dengan kerendahan hati perkenankan penulis untuk menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta;
2. Ibu Prof. Dr. Umi Widyastuti, S.E., M.E., selaku Kepala Program Studi Magister Manajemen FE UNJ;
3. Bapak Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing I yang memberikan banyak sekali ide dan arahan untuk kelancaran penelitian ini;

4. Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo., selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing dengan sepenuh hati;
5. Seluruh Dosen dan Akademika Universitas Negeri Jakarta khususnya Program Studi Magister Manajemen yang banyak berjasa kepada penulis;
6. Secara khusus penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada Ibundaku tercinta beliau Ibu Heni dan ayahandaku beliau Bapak Mulyadi yang penulis muliakan dan banggakan. Berkat kesabaran dan ketulusan beliau dalam membimbing dan memberi dukungan. Penulis berharap semoga seluruh amal dan jerih payah beliau tercatat sebagai amal yang bisa mendapatkan ridho dari Allah SWT, dan bisa menghantarkan keharibaan Allah SWT.
7. Untuk seluruh keluarga besarku, dan adikku yang kusayangi Mastra Hegi Carnado dan Hegal Julianto. Keluarga besarku, Dek Rakhma Krnia L yang selalu bersama penulis sampai tesis ini selesai dan teman-teman Magister Manajemen dari kelas Reguler, Non Reguler dan terkhusus kelas B, yang sampai hari ini tetap memberikan motivasi kepada penulis.

8. Yang terakhir teruntuk siapapun yang belum penulis sebutkan satu persatu.

Teruntuk semuanya *Jazakumullah ahsanal jazaa' syukran katsiraan.* semoga Tesis ini bermanfaat. *Amiin*

Penulis menyadari bahwa Tesis ini masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karenanya saran dan kritik dari semua pihak sangat diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan. Penulis berharap Tesis ini dapat dijadikan acuan dan bahan referensi oleh pihak siapapun. Maka dari itu penulis minta dukungan dan sarannya kepada siapapun yang membaca Tesis ini untuk berkelanjutan yang lebih baik lagi. Akhir kata *Iyyakana 'budu waiyyaka nasta'iin.* *Amiin.*

Jakarta, 3 Februari 2024

Penulis

Herli Marlina