

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-*  
*COMMERCE SHOPEE***

**(Studi Kasus Pada Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Jakarta Timur)**

***THE EFFECT OF CONTENT MARKETING AND LIVE  
STREAMING ON PURCHASING DECISIONS ON E-*  
*COMMERCE SHOPEE***

***(Case Study On Shopee E-Commerce In East Jakarta)***

Oleh

**Devi Puji Lestari**

**2018410061**

**SKRIPSI**

Untuk memenuhi gelar Sarjana dalam Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada  
Universitas Darma Persada



**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**202**

## LEMBAR PERSETUJUAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Devi Puji Lestari

NIM : 2018410061

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

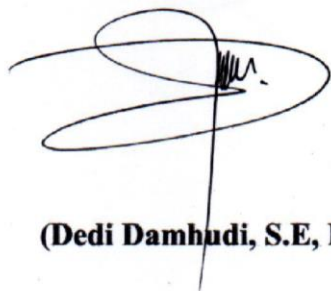
Judul Skripsi : Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Streaming* Terhadap Keputusan Pembelian Pada *E-Commerce* Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Jakarta Timur).

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan panitia penguji skripsi.

Jakarta, 30 Juni 2025

Mengetahui,

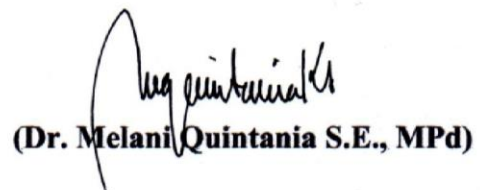
Ketua Program Studi Manajemen



(Dedi Damhudi, S.E, MM.)

Menyetujui,

Pembimbing



(Dr. Melani Quintania S.E., MPd)

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN *LIVE STREAMING*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *E-COMMERCE*  
SHOPEE**

**(Studi Kasus Pada Pengguna *E-Commerce* Shopee Di Jakarta Timur)**

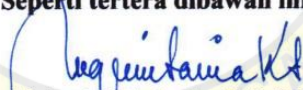
***THE EFFECT OF CONTENT MARKETING AND LIVE STREAMING  
ON PURCHASING DECISIONS ON E-COMMERCE SHOPEE  
(Case Study On Shopee E-Commerce In East Jakarta)***

Oleh  
**Devi Puji Lestari**  
2018410061

**SKRIPSI**

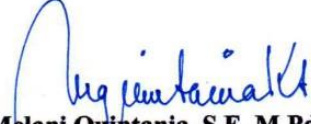
Guna memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana dalam Ilmu  
Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal 17 Juli 2025

Seperti tertera dibawah ini

  
**Dr. Melani Quintania, S.E, M.Pd**  
Pembimbing

  
**Dr. Firsan Nova, S.E, M.M**  
Penguji I

  
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E, M.M**  
Penguji II

  
**Dr. Melani Quintania, S.E, M.Pd**  
Penguji III

  
**DR. Sukardi, S.E.,M.M**  
Dekan Falkutas Ekonomi

  
**Dedi Dahmudi, S.E, M.M**  
Ketua Program Studi

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Devi Puji Lestari

NIM : 2018410061

Jurusan : Manajemen

Peminatan : Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul **Pengaruh Content Marketing dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Studi Kasus Pengguna E-Commerce Shopee Di Jakarta Timur)**, yang disusun di bawah bimbingan ibu Dr. Melani Quintania S.E, M.Pd., sepenuhnya merupakan hasil karya tulis saya pribadi. Naskah ini tidak menyalin atau menjiplak karya orang lain dalam bentuk apa pun. Jika di kemudian hari terbukti terdapat ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, saya siap menerima dan mempertanggungjawabkan konsekuensinya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 30 Juni 2025

Yang Membuat Pernyataan,



**Devi Puji Lestari**  
2018410061

## ABSTRAK

Penelitian ini dilaksanakan untuk menelaah sejauh mana *content marketing* dan *live streaming* memengaruhi keputusan pembelian pada pengguna *e-commerce* Shopee di wilayah Jakarta Timur. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen yang telah melakukan transaksi pembelian dalam kurun waktu tiga bulan terakhir. Metode pengambilan sampel yang diterapkan ialah *non-probability sampling*, sedangkan pengolahan data menggunakan analisis regresi linier berganda melalui perangkat lunak SPSS versi 30. Hasil analisis memperlihatkan bahwa secara simultan, variabel *content marketing* dan *live streaming* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan kontribusi 65,4%, sementara 34,6% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini. Secara parsial, *content marketing* memberikan pengaruh sebesar 61,4%, sedangkan *live streaming* berkontribusi sebesar 16,8% terhadap keputusan pembelian.

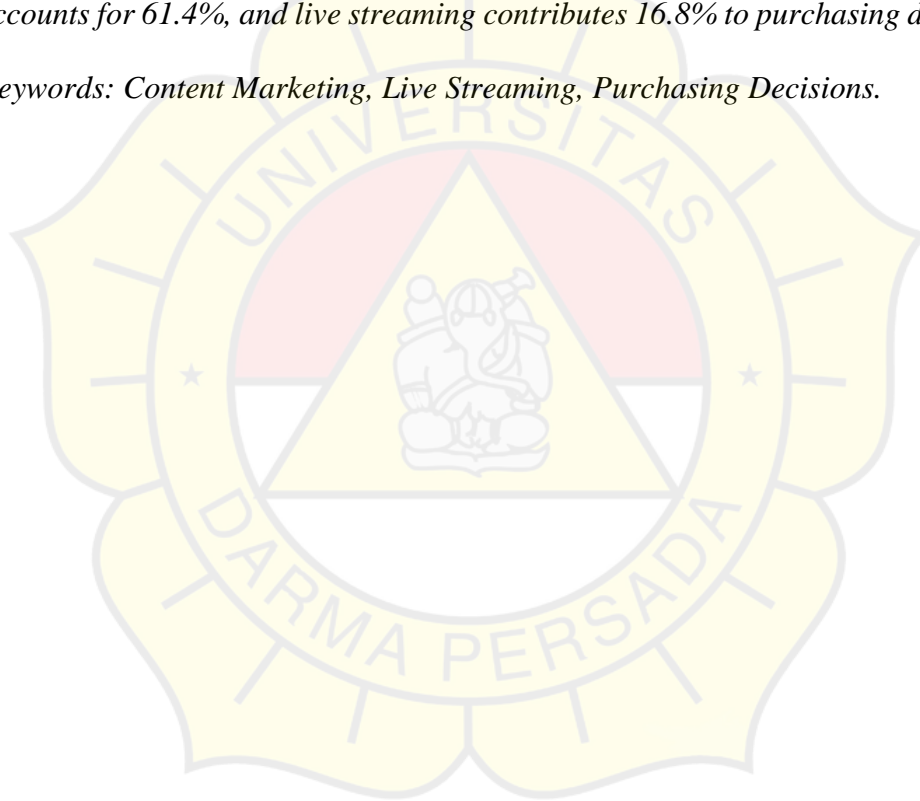
Kata kunci: *Content Marketing*, *Live Streaming*, Keputusan Pembelian.



## **ABSTRACT**

*This research aims to examine the extent to which content marketing and live streaming influence purchasing decisions among Shopee e-commerce users in East Jakarta. Data were obtained through questionnaires distributed to 100 consumers who had made purchases within the previous three months. The sampling technique applied was non-probability sampling, and the data were processed using multiple linear regression analysis assisted by SPSS version 30. The findings reveal that content marketing and live streaming simultaneously exert a positive and significant effect on purchasing decisions, contributing 65.4%, while the remaining 34.6% is explained by other factors beyond this study. Partially, content marketing accounts for 61.4%, and live streaming contributes 16.8% to purchasing decisions.*

*Keywords: Content Marketing, Live Streaming, Purchasing Decisions.*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat, karunia, serta taufik dan hidayah-Nya lah saya dapat menyelesaikan penulisan laporan skripsi manajemen pemasaran yang berjudul **“Pengaruh Content Marketing dan Live Streaming Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee”** dapat selesai sesuai yang direncanakan.

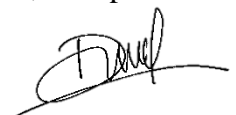
Proposal skripsi ini merupakan salah satu syarat wajib yang ditempuh di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada. Proposal skripsi ini banyak memberikan manfaat kepada penulis, baik dari segi akademik maupun non akademik.

Penulis menyadari bahwa dalam mengerjakan laporan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

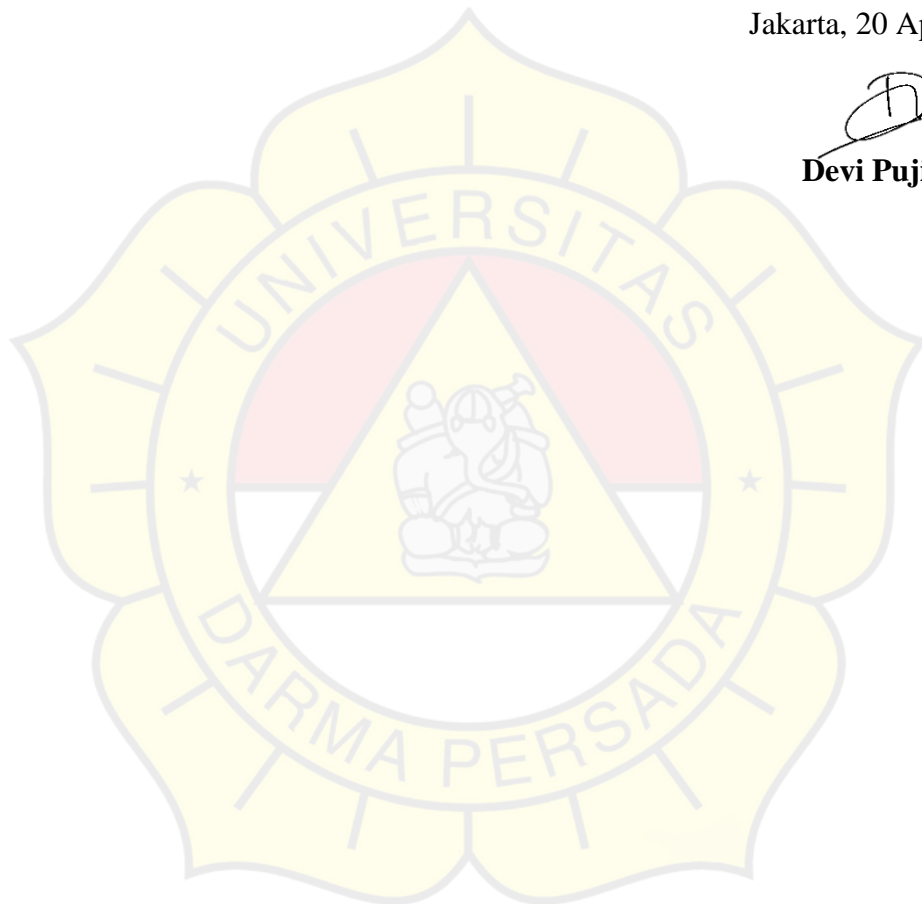
1. Ibu Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd, selaku pembimbing skripsi yang telah tulus serta sabar memberikan bantuan dalam penyusunan karya ini.
2. Bapak Sukardi, S.E., M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
3. Bapak Dedi Dahmudi, S.E., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada yang telah memberikan ilmu dan pengetahuannya selama masa Pendidikan ditingkat sarjana. Serta Staff Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada, yang telah banyak membantu setiap tahap perkuliahan.

5. Ayah, Mama, Kakak yang senantiasa memberikan perhatian, bantuan, dukungan semangat dan doa yang senantiasa diberikan kepada saya.
6. Teman-teman seperjuangan, Meta Meilaini, Risma Sri Rurika, Audria Vania, Rina Dwi Oktaviani, Arsi Aridhanti, Monica Nada, Aidha Adha Nabila, Sania Agustin, Siska Apriani dan Novita.

Jakarta, 20 April 2025



**Devi Puji Lestari**



## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Identifikasi, Pembatasan dan Perumusan Masalah .....	15
1.3    Tujuan Penelitian .....	18
1.4    Kegunaan Penelitian .....	18
<b>BAB II</b> .....	20
<b>LANDASAN TEORI DAN KERANGKA PEMIKIRAN</b> .....	20
2.1    Landasan Teori .....	20

2.2	Penelitian Terdahulu.....	32
2.4	Hipotesis Penelitian.....	40
<b>BAB III.....</b>		<b>42</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>		<b>42</b>
3.1	Metode Yang Digunakan.....	42
3.2	Waktu dan Tempat Penelitian.....	43
3.3	Operasional Variabel.....	43
3.4	Sumber dan Cara Penentuan Data.....	48
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.6	Teknik Pengukuran Data.....	53
3.7	Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	56
<b>BAB IV.....</b>		<b>64</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>64</b>
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	64
4.2	Hasil Penelitian.....	65
4.3	Pembahasan dan Pemecahan Masalah.....	133
<b>BAB V.....</b>		<b>135</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>136</b>
5.1	Kesimpulan.....	136
5.2	Saran.....	137
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>139</b>



## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	32
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	43
Tabel 3.2 Skala Likert.....	54
Tabel 3.3 Skala Interpretasi Nilai Hasil Tanggapan Responden Seluruh Variabel.....	55
Tabel 3.4 Tingkat Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	67
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	68
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....	68
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan .....	69
Tabel 4.6 Profil Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Shopee Dalam 3 Bulan Terakhir .....	70
Tabel 4.7 <i>Content Marketing</i> P1 .....	72
Tabel 4.8 <i>Content Marketing</i> P2 .....	73
Tabel 4.9 <i>Content Marketing</i> P3 .....	74
Tabel 4.10 <i>Content Marketing</i> P4 .....	75
Tabel 4.11 <i>Content Marketing</i> P5 .....	76
Tabel 4.12 <i>Content Marketing</i> P6 .....	77
Tabel 4.13 <i>Content Marketing</i> P7 .....	78
Tabel 4.14 <i>Content Marketing</i> P8 .....	79

Tabel 4.15 <i>Content Marketing</i> P9 .....	80
Tabel 4.16 <i>Content Marketing</i> P10 .....	81
Tabel 4.17 <i>Content Marketing</i> P11 .....	83
Tabel 4.18 <i>Content Marketing</i> P12 .....	84
Tabel 4.19 <i>Content Marketing</i> P13 .....	85
Tabel 4.20 <i>Content Marketing</i> P14 .....	86
Tabel 4.21 <i>Content Marketing</i> P15 .....	87
Tabel 4.22 <i>Live Streaming</i> P1 .....	88
Tabel 4.23 <i>Live Streaming</i> P2 .....	89
Tabel 4.24 <i>Live Streaming</i> P3 .....	90
Tabel 4.25 <i>Live Streaming</i> P4 .....	92
Tabel 4.26 <i>Live Streaming</i> P5 .....	93
Tabel 4.27 <i>Live Streaming</i> P6 .....	94
Tabel 4.28 <i>Live Streaming</i> P7 .....	95
Tabel 4.29 <i>Live Streaming</i> P8 .....	96
Tabel 4.30 <i>Live Streaming</i> P9 .....	97
Tabel 4.31 Keputusan Pembelian P1 .....	98
Tabel 4.32 Keputusan Pembelian P2 .....	99
Tabel 4.33 Keputusan Pembelian P3 .....	100
Tabel 4.34 Keputusan Pembelian P4 .....	102
Tabel 4.35 Keputusan Pembelian P5 .....	103
Tabel 4.36 Keputusan Pembelian P6 .....	104
Tabel 4.37 Keputusan Pembelian P7 .....	105

Tabel 4.38 Keputusan Pembelian P8 .....	106
Tabel 4.39 Keputusan Pembelian P9 .....	107
Tabel 4.40 Keputusan Pembelian P10 .....	108
Tabel 4.41 Keputusan Pembelian P11 .....	109
Tabel 4.42 Keputusan Pembelian P12 .....	110
Tabel 4.43 Keputusan Pembelian P13 .....	111
Tabel 4.44 Keputusan Pembelian P14 .....	112
Tabel 4.45 Keputusan Pembelian P15 .....	113
Tabel 4.46 Tabel Ringkasan Analisis Deskriptif .....	114
Tabel 4.47 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Content Marketing</i> .....	118
Tabel 4.48 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Live Streaming</i> .....	119
Tabel 4.49 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian.....	119
Tabel 4.50 Uji Reliabilitas .....	120
Tabel 4.51 Uji Normalitas.....	122
Tabel 4.52 Uji Multikolinearitas .....	125
Tabel 4.53 Uji Regresi Linier Berganda .....	126
Tabel 4.54 Uji Regresi Linier Sederhana.....	127
Tabel 4.55 Uji Koefisien R <sup>2</sup> <i>Content Marketing</i> (X <sub>1</sub> ) dan <i>Live Streaming</i> (X <sub>2</sub> ) Terhadap Keputusan Pembelian.....	128
Tabel 4.56 Uji Koefisien R <sup>2</sup> <i>Content Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	129
Tabel 4.57 Uji Koefisien R <sup>2</sup> <i>Live Streaming</i> Terhadap Keputusan Pembelian...	130
Tabel 4.58 Hasil Uji F.....	130

Tabel 4.59 Uji t Parsial *Content Marketing* dan *Live Streaming* Terhadap  
Keputusan Pembelian..... 132

Tabel 4.60 Ringkasan Hasil Uji Hipotesis ..... 133



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 1.1 Top 10 <i>Brands</i> Di Indonesia .....	3
Gambar 1.2 <i>Rating</i> dan <i>Review</i> Shopee .....	4
Gambar 1.3 Pangsa Pasar <i>e-commerce</i> Shopee di Indonesia.....	5
Gambar 1.4 Hasil Riset IPSOS .....	7
Gambar 1.5 <i>Content Marketing</i> Shopee.....	8
Gambar 1.6 Dampak <i>Content Marketing</i> Pada Pendapatan <i>e-commerce</i> Di Indonesia .....	9
Gambar 1.7 Shopee <i>Live</i> .....	12
Gambar 1.8 Preferensi Konsumen <i>Live Streaming</i> .....	13
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	39
Gambar 2.2 Diagram Model Penelitian .....	41
Gambar 3.1 Jumlah Pengguna Shopee Di Jakarta Timur.....	49
Gambar 4.1 Struktur Organisasi <i>e-commerce</i> Shopee .....	65
Gambar 4.2 Uji Normal P-P Plot .....	121
Gambar 4.3 Uji Heteroskedastisitas .....	124

## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Halaman</b>
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	144
Lampiran 2 Profil Responden .....	151
Lampiran 3 Hasil Tabulasi Data <i>Content Marketing</i> (X <sub>1</sub> ).....	156
Lampiran 4 Hasil Tabulasi Data <i>Live Streaming</i> (X <sub>2</sub> ).....	161
Lampiran 5 Hasil Tabulasi Data Keputusan Pembelian .....	166
Lampiran 6 Hasil <i>Output</i> Uji Deskriptif .....	169
Lampiran 7 Hasil <i>Output</i> Uji Validitas .....	173
Lampiran 8 Hasil <i>Output</i> Uji Reliabilitas .....	176
Lampiran 9 Hasil <i>Output</i> Uji Normalitas.....	177
Lampiran 10 Hasil <i>Output</i> Uji Heteroskedastisitas.....	178
Lampiran 11 Hasil <i>Output</i> Uji Multikolinearitas.....	179
Lampiran 12 Hasil <i>Output</i> Uji Regresi Linier Berganda.....	180
Lampiran 13 Tabel R .....	181
Lampiran 14 Tabel F.....	183
Lampiran 15 Tabel t.....	185
Lampiran 16 Bukti Penyebaran Kuesioner secara <i>online</i> .....	187
Lampiran 17 Catatan Konsultasi Skripsi.....	188
Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup.....	190