

***PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER MARKETING,
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW, TERHADAP MINAT BELI***
(Studi Pada Gen Z Konsumen Glad2Glow Dikota Semarang Melalui Shopee)

SKRIPSI

Memenuhi Persyaratan
Untuk Mencapai Derajat Sarjana S-1
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh :

BILOIS ZANUARITA
NPM. 221003612012554

FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG

2025

***PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER MARKETING,
DAN ONLINE CUSTOMER REVIEW, TERHADAP MINAT BELI***
(Studi Pada Gen Z Konsumen Glad2Glow Dikota Semarang Melalui Shopee)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Beberapa anak memang terlahir beruntung ditengah keluarga yang berkecukupan, sisanya lebih beruntung lagi karena diberi hati dan tulang yang kuat untuk berusaha sendiri”.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan:

1. Pintu surgaku, Witri Sulistyani, Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga tidak sempat merasakan pendidikan bangku perkuliahan, tapi semangat motivasi serta doa yang telah beliau berikan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Kepada saudara ku Gigih Fuad Aji, Terimakasih atas segala dukungan dan bantuan yang kau berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Kepada Rizaldy Ardaya Putra, Terimakasih atas segala dukungan dan bantuan yang kau berikan kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
4. Terakhir pada diri saya sendiri Bilqis Zanuaria. Terimakasih sudah mampu bertahan sejauh ini, dari banyaknya cobaan yang datang dan apresiasi sebesar-besarnya karena telah bertanggungjawab untuk menyelesaikan apa yang telah kamu mulai, dan mari bertemu hal baik kedepannya.

Judul : Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli
(Study Pada Gen Z Konsumen Glad2Glow di Kota Semarang Melalui Shopee)

Title : The Effect of Content Marketing, Influencer Marketing, and Online Customer Reviews on Purchase Intention
(Study on Gen Z Consumers of Glad2Glow in Semarang City via Shopee)

Nama : Bilqis Zanuaria

NPM : 221003612012554

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, dan *Online Customer Review* terhadap Minat Beli (Studi Pada Gen Z Konsumen Glad2Glow Dikota Semarang melalui Shopee). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh gen z konsumen Glad2Glow dikota Semarang. Jumlah sampel yang ditentukan menggunakan rumus Heir dengan teknik metode accidental sampling (pengambilan sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa perhatian strata yang ada dalam populasi) dengan hasil sampel nya yaitu 80 konsumen Glad2Glow. Penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan alat bantu SPSS. Hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa *Content Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. *Influencer Marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli. *Online Customer Review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Beli.

Kata Kunci: *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, *Online Customer Review*, Minat Beli

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul "**Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, dan Online Customer Review, Terhadap Minat Beli (Studi Pada Gen Z Konsumen Glad2Glow Dikota Semarang Melalui Shopee)**". Penelitian ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945. Dalam penyusunan proposal ini, penulis tidak lepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Nurchayati,SE,MM,Ak.CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, yang telah memberikan dukungan selama penulis menempuh studi.
2. Bapak Drs. Galuh Juniarto,SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen dan selaku Dosen Pembimbing yang senantiasa memberikan dukungan, dan motivasi selama proses proposal ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membagikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi, sehingga menjadi bekal berharga dalam penyelesaian proposal ini.
4. Kedua orang tua tercinta, yang dengan penuh kasih sayang, doa, dukungan moral, dan materi selalu menjadi pilar utama dalam perjalanan saya menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, motivasi, dan kesabaran yang tiada henti. Penulis berharap bisa menjadi anak yang bisa dibanggakan. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penelitian ini. Semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang berguna dalam perkembangan ilmu pengetahuan.
5. Teman-teman yang telah memberikan bantuan, baik berupa diskusi, motivasi, dan dukungan selama proses penelitian.
6. Para responden yang dengan sukarela meluangkan waktu dan memberikan jawaban.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan. Semoga proposal ini bermanfaat, secara teoritis dan praktis.

Semarang, 15 Desember 2025

Penulis

(Bilqis Zauarita)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	4
DAFTAR ISI.....	6
DAFTAR TABEL	8
DAFTAR GAMBAR	9
1. PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian.....	12
1.5 Manfaat Penelitian.....	13
1.5.1 Dari Segi Teoritis.....	13
1.5.2 Dari Segi Praktis.....	13
2. TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Telaah Teori.....	14
2.1.1 Content Marketing.....	14
2.1.2 Pengertian Influencer Marketing.....	16
2.1.3 Pengertian Online Customer Review.....	18
2.1.4 Pengertian Minat Beli.....	20
2.1 Variabel Penelitian.....	22
2.2 Penelitian Terdahulu.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis.....	24
3. METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Populasi Dan Sampel	27
3.2 Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	28
3.3 Metode Pengumpulan Data	29
3.4 Pengujian Instrumental Penelitian.....	30
3.4.1 Uji Validitas	30
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	30
3.5 Teknik Analisis Data	31
3.5.1 Analisis Deskripsi.....	31
3.5.2 Analisis Hasil Penelitian.....	31

DAFTAR PUSTAKA.....	36
LAMPIRAN KUISIONER PENELITIAN.....	38

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Jumlah pengunjung e-commerce di Indonesia periode tahun 2023.....	3
Tabel 2. 10 Brand Paket Kecantikan Terlaris di Shopee (Kuartal II 2025).....	4
Tabel 3. Brand Paket Kecantikan di Shopee Kota Semarang.....	5
Tabel 4. Pangsa pasar Glad2Glow di shopee.....	6
Tabel 5. Research Gap.....	10
Tabel 6. Penelitian Terdahulu.....	22
Tabel 7. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Influencer Marketing Glad2Glow.....	7
Gambar 2. Content Marketing Glad2Glow di Media Sosial.....	8
Gambar 3. Review Produk Glad2Glow di Shopee.....	9
Gambar 4. Kerangka Pemikiran.....	26