

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *CONTENT MARKETING*
TERRHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDBODY MARINA DI
TIKTOK (Studi pada mahasiswi Universitas Kristen Artha Wacana Kupang)**

**NOVA KLAUDIA KALI
21410036**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi
Guna Memenuhi Sebagian dari
Persyaratan Persyaratan Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Manajemen**



**FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA
KUPANG
2026**

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN *CONTENT MARKETING*
TERHDAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDBODY MARINA DI
TIKTOK (Studi Pada Mahasiswi Kristen Artha Wacana Kupang)

NOVA KLAUDIA KALI
21410036



Menyetujui

Pembimbing I


Hermyn B. Hina, SE., M.Si
NUPTK: 7857746647230152

Pembimbing II


Eka Merdekawati I. Seseli, SE., MM
NUPTK: 2149769670230493

Disahkan Oleh

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi


Ir. Yohanes Merryanto, M.Si. Ph.D
NUPTK : 3835745646130132

**PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN CONTENT MARKETING
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDBODY MARINA DI
TIKTOK (Studi Pada Mahasiswi Kristen Artha Wacana Kupang)**

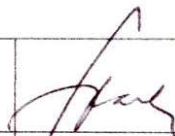
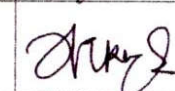
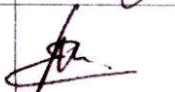
Dipersiapkan dan disusun oleh :

NOVA KLAUDIA KALI
21410036



Telah dipertahankan didepan dewan penguji
Pada tanggal : 2 Februari 2026

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Penguji Utama	Frankie Jan Salean, SE. MP	
Penguji Anggota	Zet Ena, SE., MM	
Penguji Anggota / Pembimbing I	Hermyn B. Hina, SE., M.Si	
Penguji Anggota / Pembimbing II	Eka Merdekawati I. Seseli, SE., MM	

**SKRIPSI INI TELAH DITERIMA SEBAGAI SALAH SATU PERSYARATAN
UNTUK MEMPEROLEH GELAR
SARJANA MANAJEMEN**

Plt. Dekan Fakultas Ekonomi


Ir. Yohanes Merryanto, M.Si. Ph.D
NUPTK : 3835745646130132

Ketua Program Studi Manajemen


Maromi Merlyn Mbate, SE., M.Sc
NUPTK : 1136754655230123



UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Adisucipto, PO. Box. 147, Oesapa, Kupang, NTT-Indonesia, 85228

Telp/WA +62 82146935252

ukawfe25@gmail.com, <http://ukaw.ac.id>

SURAT PERNYATAAN UJIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nova Klaudia Kali

NIM : 21410036

Program Studi : Manajemen

Dengan ini menyatakan bahwa Skripsi yang saya buat dengan judul "**Pengaruh Influencer Marketing Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Marina Di TikTok (Studi Pada Mahasiswa Universitas Kristen Artha Wacana Kupang).**" yang diusulkan dalam skema penelitian Skripsi untuk Tahun Akademik 2025/2026 bersifat Original dan belum pernah diteliti oleh peneliti lain/peneliti sebelumnya.

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan proses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan sebenar-benarnya.

Mengetahui
Pit. Dekan Fakultas Ekonomi,

Ir. Yonanes Merryanto, M.Si. Ph.D.
NUPTK 3835745646130132

Kupang, 26 Februari 2026
Yang Menyatakan
Mahasiswa



Nova Klaudia Kali
NIM. 21410036



UNIVERSITAS KRISTEN ARTHA WACANA KUPANG
FAKULTAS EKONOMI
Jln. Adisucipto Telp (0380) 881313 Oesapa – Kupang

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Senin, Tanggal 02 Februari 2026 telah dilaksanakan Ujian Skripsi tingkat Sarjana (S1) atas nama:

Nama : Nova Klaudia Kali
TTL : Betun, 02 November 2001
NIM : 21410036
Jurusan/Progdi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Handbody Marina di Tiktok (Studi Pada Mahasiswi Kristen Artha Wacana Kupang)
Pembimbing I : Hermyn B. Hina, SE.,M.Si
Pembimbing II : Eka M.I.Seseli, SE.,MM

Dengan hasil sebagai berikut:

Nama Penguji	Status Penguji	Nilai Awal	Bobot	Nilai Akhir
Frankie J.Salean, SE.,MP	Utama	80,9	X 40%	32,36
Zet Ena, SE.,MM	Anggota	80	X 20%	16
Hermyn B.Hina, SE.,M.Si	Anggota	85	X 20%	17
Eka M.I.Seseli, SE.,MM	Anggota	85	X 20%	17
Total Nilai Yang Diperoleh: 82,36				
Nilai Aksara: A (Sangat Memuaskan)				

Kupang, 02 Februari 2026
Plt. Dekan Fakultas Ekonomi



Ir. Yohanes Merryanto, M.Si.Ph.D
NUPTK. 3835745646130132

MOTTO

”Dan bila kita percaya bahwa Allah mendengrkan kita, maka kita boleh yakin bahwa Allah akan memberikan apa yang kita minta”

1 Yohanes 5:15

PERSEMBAHAN

Segala puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yesus yang selalu menolong dan menyertai saya dalam setiap proses selama mengerjakan skripsi sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik.
2. Untuk kedua orang tua yang paling berjasa dalam hidup saya Almarhum Bapak Andreas Martinus Kali dan Mama Yuliana Liwun. Terima kasih atas setiap tetes keringat, setiap doa yang tidak pernah putus, dan setiap dukungan tanpa batas yang telah kalian berikan. Skripsi ini adalah bukti dari pengorbanan dan kasih sayang kalian yang tak terhingga. Semoga ini menjadi kebanggaan kecil bagi kalian, yang selalu menjadi inspirasi dan kekuatan terbesarku.
3. Ibu Hermyn B. Hina, SE., M.Si selaku pembimbing I, yang berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi ini.
4. Eka Merdekawati I. Seseli, SE., MM selaku pembimbing II, yang selalu menasehati penulis selama di bangku pendidikan. Serta bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penulisan skripsi, dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi.
5. Teman-teman seperjuangan kelas B Manajemen angkatan 2021 dan teman-teman lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, yang selalu membantu penulis dengan caranya masing-masing. Kiranya budi baik yang telah diberikan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini mendapatkan berkat dari Tuhan, dan semoga sukses selalu menyertai kita semua.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa yang telah memberikan petunjuknya dalam menyelesaikan penulisan skripsi berjudul “Pengaruh *Influencer marketing* Dan *Content marketing* Terhadap Keputusan

Pembelian Handbody Marina Di Tiktok (Studi Pada Mahasiswi Kristen Artha Wacana Kupang”.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.

Penulis menyadari bahwa dalam mencapai suatu tujuan tidak terlepas dari tantangan dan hambatan. Menyadari keterbatasan penulis, maka pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian skripsi ini, terutama kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Godlief F. Neonufa, MT selaku Rektor Universitas Kristen Artha Wacana Kupang.
2. Ibu Hermyn B. Hina, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi sekaligus pembimbing I yang selalu menasehati penulis selama di bangku pendidikan. Serta bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penulisan skripsi, dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi
3. Bapak Drs. Robert Alex Serang, M.Si selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi
4. Ibu Maromi Merlin Mbate, SE., M.Sc Selaku ketua program studi manajemen.
5. Eka Merdekawati I. Seseli, SE., MM selaku dosen penasehat akademik dan pembimbing II yang selalu menasehati penulis selama di bangku pendidikan.

Serta bersedia membimbing dan mengarahkan penulis selama menyusun penulisan skripsi, dan memberikan banyak ilmu serta solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan skripsi

6. Seluruh Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi, khususnya Bapak/Ibu dosen program studi manajemen yang telah memberikan ilmu dan motivasi agar dapat menjadi anak yang berhasil.
7. Bapak Frankie Jan Salean, SE. MP selaku penguji utama dan BapakZet Ena, SE., MM selaku penguji anggota.
8. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi yang membantu dalam pengurusan berkas dan surat-surat yang diperlukan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu penulis membuka diri terhadap segala kritik dan saran yang kondusif. Akhir kata semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca. Terima kasih teriring salam dan doa yang tulus.

Kupang, Febuari 2026

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN SKRIPSI.....	ii
BERITA ACARA	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Persoalan Penelitian	7
1.4.1 Tujuan Penelitian	7
1.4.2 Manfaat penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 Keputusan Pembelian.....	9
2.2 <i>Influencer</i> Marketing.....	17
2.2.1 Pengertian <i>Influencer marketing</i>	17
2.3 Konten Marketing	22

2.3.1 Pengertian konten marketing.....	22
2.4 Konsep Penelitian	26
2.4.1 Definisi Konsep.....	26
2.5 Hipotesis dan Kerangka Berpikir	27
2.5.1 Hipotesis.....	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Populasi dan sample	29
3.1.1 Populasi	29
3.1.2 Sampel.....	29
3.2 Teknik Pengumpulan Data	31
3.3 Indikator Empirik Dan Skala Pengukuran Konsep	31
3.4 Teknik Analisis Data.....	32
3.4.1 Analisis Pendahuluan	32
3.5 Analisis Lanjutan	33
BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN ANALISIS	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Karakteristik Responden	38
4.2 Analisi Pendahuluan	39
4.2.1 Deskriptif Kualitatif.....	40
4.2.2 Deskripsi kuantitatif	52
4.3 Analisi Lanjutan	57
4.3.1 Pengaruh <i>Influencer marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
4.3.2 Pengaruh <i>Content marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	59

4.3.3 Uji Simultan (Uji F)	60
4.3.4 Koefisien Determinasi (R^2)	61
4.4 Bahasan Hasil Analisis.....	62
4.4.1 Pengaruh <i>Influencer marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	62
4.4.2 Pengaruh <i>Content marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	65
BAB V_PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan	68
5.2 Implikasi Teoritis	69
5.3 Implikasi Terapan.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data penjualan Handbody Marina	4
Tabel 3.1 Indikator Empirik dan Skala Pengukuran Konsep	32
Tabel 4.1 Jumlah mahasiswi berdasarkan angkatan	38
Tabel 4.2 Kepercayaan terhadap Influencer.....	40
Tabel 4.3 Keaslian Konten.....	41
Tabel 4.4 Kedekatan (Interaksi Influencer)	42
Tabel 4.5 Engagement.....	43
Tabel 4.6 Sikap Merek dan Niat Beli	44
Tabel 4.7 Relevansi Konten	45
Tabel 4.8 Kualitas Konten	46
Tabel 4.9 Konsistensi Konten	46
Tabel 4.10 Manfaat Informatif (Informasi Kandungan)	47
Tabel 4.11 Pemilihan Produk.....	48
Tabel 4.12 Pemilihan merek	49
Tabel 4.13 Saluran Pembelian	50
Tabel 4.14 Waktu Pembelian	50
Tabel 4.15 Jumlah Pembelian	51
Tabel 4.16 Jawaban responden terhadap variabel <i>influencer marketing</i> (X1).....	52
Tabel 4.17 Jawaban responden terhadap variabel <i>content marketing</i> (X2)	54
Tabel 4.18 Jawaban responden terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y)	56
Tabel 4.19 Hasil koefisien regresi linier berganda.....	58
Tabel 4.20 Hasil perhitungan uji silmutan (Uji F)	61
Tabel 4. 21 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R^2)	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Kurva Index volume penjualan pertahun 2016 sampai 2025	4
Gambar 2. 1 Kerangka Dasar Pemikiran.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 KUISIONER PENELITIAN SKALA INTERVAL	75
Lampiran 2 TABULASI DATA DESKRIPTIF KUANTITATIF	79
Lampiran 3 KUESIONER PENELITIAN SKALA ORDINAL	82
Lampiran 4 TABULASI DATA DESKRIPTIF KUALITASTIF	85
Lampiran 5 Hasil SPSS	93
Lampiran 6 SURAT PRA PENELITIAN	94
Lampiran 7 SURAT IJIN PENELITIAN.....	95
Lampiran 8 SURAT SELESAI PENELITIAN	96