

**ANALISIS CONTENT MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z PADA MEDIA SOSIAL TIK-TOK
(Studi Kasus Generasi Z Kota Sungai Penuh)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



Disusun oleh :

**GEYENTIA AFRIANTI
NPM: 2010061201102**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI SAKTI ALAM KERINCI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SUNGAI PENUH
2024**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : GEYENTIA AFRIANTI
NIM : 2010061201102
Tempat/Tanggal Lahir: SEI KUKO/19 APRIL 2001
Program Studi : MANAJEMEN
Alamat : KELURAHAN SUNGAI PENUH
No HP : 081935994341
Judul Skripsi : ANALISIS *CONTENT MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH* DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI PADA MEDIA SOSIAL TIK-TOK (Studi Kasus Generasi Z Kota Sungai Penuh)

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa :

1. Skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik S.E (SARJANA EKONOMI) baik di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi saya ini adalah murni gagasan, rumusan, penelitian dan pikiran saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Tim Pembimbing.
3. Dalam Skripsi saya ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan kecuali secara eksplisit dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan mencantumkan dalam daftar pustaka.
4. Apabila salah satu poin tersebut di atas saya langgar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh karena Skripsi saya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dalam keadaan sadar, agar dapat dipergunakan seperlunya.

Sungai Penuh, 19 November 2023



yang menyatakan,

GEYENTIA AFRIANTI

NPM : 2010061201002

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji Skripsi dan Komprehensif Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Sakti Alam Kerinci Sungai Penuh pada :

Hari : Senin
Tanggal : 12 Februari 2024
Pukul : 15.00 – 16.30 WIB
Tempat : Ruang Ujian Skripsi

Tim Penguji

Jabatan	Nama
Ketua Penguji	: Melifia Liantifa, S.P., M.Si
Sekretaris	: Efrianto, S.E., M.M
Penguji Utama	: Eda Satria, S.E., M.M
Penguji Pendamping	: Anggia Ayu Lestari, S.E., M.M

Tanda Tangan



Mengetahui,

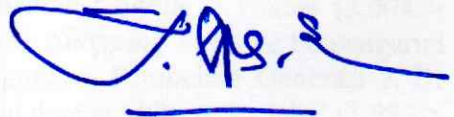
Ketua STIE Sakti Alam Kerinci

Ketua Program Studi Manajemen



DR. GAMPO HARYONO, S.E., M.M

NIDN. 0228078701



H. FERRY SISWADHI, S.E., M.Si

NIDN. 10191216904

PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh :

NAMA : GEYENTIA AFRIANTI
NPM : 2010061201102
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN
JUDUL SKRIPSI : *ANALISIS CONTENT MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH DAN SHOPPING LIFESTYLE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z DI PADA MEDIA SOSIAL TIK-TOK (Studi Kasus Generasi Z Kota Sungai Penuh)*

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku dan telah diuji dalam ujian komprehensif dan ujian skripsi pada tanggal 12 Februari 2024.

Sungai Penuh, 12 Februari 2024

Ketua Program Studi Manajemen



H. FERRY SISWADHI, S.E., M.Si

NIDN. 1019126904

Pembimbing



MELIFIA LIANTIFA, S.P., M.Si

NIDN. 1013038101

**ANALISIS *CONTENT MARKETING*, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (*E-WOM*) DAN *SHOPPING LIFESTYLE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GENERASI Z PADA MEDIA SOSIAL TIK-TOK
(Studi Kasus Generasi Z Kota Sungai Penuh)**

Geyentia Afrianti

E-mail : Geyentiaafrianti@gmail.com

Pembimbing Melifia Liantifa, S.E, M.Si

E-mail : mel.liantifa@gmail.com

Program Studi Manajemen

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam Kerinci

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis *Content Marketing*, *Electronic Word Of Mouth (e-wom)* dan *Shopping Lifestyle* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tik-Tok (Studi Kasus Generasi Z Kota Sungai Penuh) baik secara parsial maupun simultan serta seberapa besar pengaruhnya. Responden pada penelitian ini adalah 80 responden Generasi Z Di Kota Sungai Penuh yang menggunakan aplikasi TikTok. Pengumpulan data menggunakan google form. Alat analisis data yang digunakan adalah Analisis Deskriptif, Regresi Linier Berganda, Koefisien Determinasi Serta Uji Hipotesis yang digunakan adalah Uji t dan Uji F. Hasil penelitian ini *Content Marketing* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Sungai Penuh secara parsial, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.067 > 1,99167$) serta dengan besar pengaruhnya 40,9%. *Electronic Word Of Mouth* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Sungai Penuh secara parsial, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,004 > 1,99167$) serta dengan besar pengaruhnya 22,5%. *Shopping Lifestyle* berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Sungai Penuh secara parsial, ini dibuktikan dengan $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($1,993 > 1,99167$) serta dengan besar pengaruhnya 17,3%. *Content Marketing*, *Electronic Word Of Mouth* dan *Shopping Lifestyle* berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z Di Kota Sungai Penuh secara simultan, ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($107,089 > 2,72$) serta dengan besar pengaruhnya 80,9%.

Kata Kunci : *Content Marketing*, *Electronic Word Of Mouth*, *Shopping Lifestyle*, Keputusan Pembelian

***ANALYSIS CONTENT MARKETING, ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) AND SHOPPING LIFESTYLE TO PURCHASE DECISIONS OF GENERATION Z ON TIK-TOK SOCIAL MEDIA
(Case Study of Generation Z, Sungai Penuh City)***

Geyentia Afrianti

E-mail : Geyentiaafrianti@gmail.Com

Supervisor Melifia Liantifa, S.E, M.Si

E-mail : mel.liantifa@gmail.com

Management Study Program

Sakti Alam Kerinci School of Economics, Sungai Penuh

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze Content Marketing, Electronic Word Of Mouth (e-wom) and Shopping Lifestyle Regarding Generation Z's Purchasing Decisions on Tik-Tok Social Media (Case Study of Generation Z, Sungai Penuh City) both partially and simultaneously and how big the influence is. The respondents in this study were 80 Generation Z respondents in Sungai Penuh City who used the TikTok application. Data collection uses Google Form. The data analysis tools used are Descriptive Analysis, Multiple Linear Regression, Determination Coefficient and Hypothesis Tests used are the T test and F test. The results of this research Content Marketing has a significant influence on Generation Z's purchasing decisions in Sungai Penuh City partially, this is proven by $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($4,067 > 1.99167$) and with a large influence of 40.9%. Electronic Word Of Mouth has a significant influence on purchasing decisions. Generation Z's purchasing decisions in Sungai Full City are partial, this is proven by $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($2.004 > 1.99167$) and with a large influence of 22.5%. Shopping Lifestyle has a significant effect on Purchasing Decisions. Purchasing Decisions of Generation Z in Sungai Penuh City partially, this is proven by $t\text{-count} > t\text{-table}$ ($1.993 > 1.99167$) and with a large influence of 17.3%. Content Marketing, Electronic Word Of Mouth and Shopping Lifestyle has a significant influence on Generation Z's Purchasing Decisions in Sungai Penuh City simultaneously, this is proven by $F\text{-count} > F\text{-table}$ ($107.089 > 2.72$) and with a large influence of 80.9%.

Keywords : Content Marketing, Electronic Word Of Mouth, Shopping Lifestyle, Purchase decision