

PENGARUH *LIVE STREAMING*, *CONTENT MARKETING*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN *BRAND* SEPATU LOKAL PADA PLATFORM TIKTOK DI WILAYAH JABODETABEK

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong perubahan signifikan dalam perilaku konsumen, yang kini lebih memilih berbelanja secara online. Perubahan ini dimanfaatkan oleh pemasar dengan menerapkan strategi pemasaran digital melalui platform Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *live streaming*, *content marketing*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian konsumen *brand* sepatu lokal pada platform TikTok di wilayah Jabodetabek. Serta variabel mana yang memiliki kontribusi terbesar terhadap keputusan pembelian konsumen *brand* sepatu lokal.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer kuantitatif dengan merancang instrumen kuesioner, kemudian penyebaran kuesioner eksperimen secara online kepada 30 responden di wilayah Jabodetabek yang pernah membeli sepatu lokal melalui TikTok untuk melakukan uji pilot test dengan menguji validitas dan reliabilitas data. Setelah itu, dilanjutkan pengumpulan sampel sebanyak 200 responden. Metode pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Alat bantu pengolahan data yang digunakan, yaitu SmartPLS 4.0. Tahapan pengujian yang dilakukan meliputi, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, *Uji R-Square*, *Uji F-Square*, *Uji Q-Square*, Analisis Regresi Linier Berganda dan *Uji Path Coefficient*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel, yaitu *live streaming*, *content marketing*, dan *online customer review*, secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dari ketiga variabel tersebut, *content marketing* memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, kesenjangan besar dalam penelitian ini muncul karena fokus variabel yang berbeda dan perubahan dalam teknologi serta tren pemasaran.

Kata Kunci: *content marketing*, keputusan pembelian, *live streaming*, *online customer review*
(xiii + 70 + Lampiran)
Daftar Pustaka (2015 – 2023)