

ABSTRAK

Fina Ayu Alvionita, Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Mahasiswa FEB Universitas Trunojoyo Madura di Bawah Bimbingan Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh content marketing dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian produk Scarlett di kalangan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Sampel penelitian ini terdiri dari 110 responden yang pernah melihat content dan pernah menggunakan produk scarlett. Data dikumpulkan melalui kuesioner online dan metode penelitian yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan SPSS.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa content marketing memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett, sedangkan influencer marketing juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Scarlett. Hasil ini menunjukkan bahwa strategi marketing yang menggabungkan konten yang relevan dan influencer yang populer dapat meningkatkan keputusan pembelian produk Scarlett di kalangan mahasiswa FEB Universitas Trunojoyo Madura.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Content Marketing, Influencer Marketing.

ABSTRACT

Fina Ayu Alvionita, The Influence of Content Marketing and Influencer Marketing on Purchase Decisions for Scarlett Products among FEB Students at Trunojoyo University Madura under the Guidance of Dr. A. Yahya Surya Winata, S.E., M.Si.

This research aims to find out content marketing and influencer marketing influence Scarlett product purchasing decisions among students at the Faculty of Economics and Business, Trunojoyo University, Madura. The research sample consisted of 110 respondents who had seen the content and had used Scarlett products. Data was collected through an online questionnaire and the research method used was multiple linear regression analysis with SPSS.

The research results show that content marketing has a positive and significant influence on purchasing decisions for Scarlett products, while influencer marketing also has a positive and significant influence on purchasing decisions for Scarlett products. These results indicate that a marketing strategy that combines relevant content and popular influencers can increase purchasing decisions for Scarlett products among FEB students at Trunojoyo University, Madura.

Keywords: Purchase Decision, Content Marketing, Influencer Marketing.