

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CONTENT MARKETING*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus: Konsumen Produk *Skincare* yang Menggunakan Aplikasi
TikTok)**

Skripsi



Disusun oleh

Sinta Nolydia Maehisa

21SB1059

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM PURWOKERTO
PURWOKERTO
2025**

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CONTENT MARKETING*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING*
(Studi Kasus: Konsumen Produk *Skincare* yang Menggunakan Aplikasi
TikTok)**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1
pada Program Studi Bisnis Digital Fakultas Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial



Disusun oleh

Sinta Nolydia Maehisa

21SB1059

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS BISNIS DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM PURWOKERTO
PURWOKERTO**

2025

PERSETUJUAN

Skripsi

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CONTENT MARKETING*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

**(Studi Kasus: Konsumen Produk *Skincare* yang Menggunakan Aplikasi
TikTok)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Sinta Nolydia Maehisa

21SB1059

telah disetujui oleh dosen pembimbing Skripsi
Pada tanggal 12 Februari 2025

Dosen Pembimbing 1,

Dosen Pembimbing 2,

Zanuar Rifai, S.Kom., M.MSI.
NIDN. 0606018904

Siti Alvi Sholikhatin, M.Kom.
NIDN. 0608118904

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.)
Tanggal 19 Februari 2025

Mengetahui,

Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Dekan,

Kaprodi Bisnis Digital

Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M.
NIK. 2012.09.1.007

Dr. Arief Adhy Kurniawan, S.E., M.Si.
NIK. 2022.10.1.039

PENGESAHAN

Skripsi

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *CONTENT MARKETING*, DAN
ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI
VARIABEL *INTERVENING***

**(Studi Kasus: Konsumen Produk *Skincare* yang Menggunakan Aplikasi
TikTok)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Sinta Nolydia Maehisa

21SB1059

Telah dipertahankan di depan dewan penguji
Pada tanggal 19 Februari 2025

Prayoga Pribadi, S.E., M.Si.
NIDN. 0624107702

Muliasari Pinilih, S.E., M.Si.
NIDN. 0623058502

Zanuar Rifai, S.Kom., M.MSI.
NIDN. 0606018904

Skripsi ini telah disahkan sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S.Bns.)
Tanggal 19 Februari 2025
Mengetahui,

**Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial
Dekan**

Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M.
NIK. 2012.09.1.007

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Mahasiswa : Sinta Nolydia Maehisa
NIM : 21SB1059
Program Studi : Bisnis Digital
Fakultas : Bisnis dan Ilmu Sosial
Perguruan Tinggi : Universitas Amikom Purwokerto

Menyatakan bahwa Skripsi Sebagai Berikut:

Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing, Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening
(Studi Kasus: Konsumen Produk *Skincare* yang Menggunakan Aplikasi TikTok)

Dosen Pembimbing 1 : Zanuar Rifai, S.Kom., M.MSI.

Dosen Pembimbing 2 : Siti Alvi Sholikhatin, M.Kom.

Adalah benar-benar **ASLI** dan **BELUM PERNAH** dibuat orang lain, kecuali yang diacu dalam daftar pustaka pada Skripsi ini.

Demikian pernyataan ini saya buat, apabila ini di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan penjiplakan karya orang lain, maka saya bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK**.

Purwokerto, 12 Februari, 2025

Yang menyatakan,

Bermaterai 10000

Sinta Nolydia Maehisa
NIM. 21SB1059

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT yang selalu memberikan kemudahan dan kelancaran sehingga dapat diselesaikannya skripsi ini. Peneliti ingin mempersembahkan karya tulis ini untuk mereka yang menyertai langkah peneliti :

1. Ayah tercinta dan panutanku yaitu bapak Salman, beliau yang menjadi inti tulang punggung keluarga. Meskipun beliau tidak sempat merasakan merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis menjadi perempuan yang kuat hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
2. Ibu Siti Saroh, pintu surgaku. Beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis. Beliau juga tidak sempat merasakan merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun gigih dalam memanjatkan doa yang selalu beliau berikan yang tiada henti meminta kepada Allah SWT hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai sarjana.
3. Keluarga besar penulis, terimakasih kepada kalian yang senantiasa memberikan perhatian, kasih sayang, doa dan dukungan dalam setiap langkah penulis. Adik penulis, Faozia Alifah terimakasih sudah menjadi salah satu penyemangat penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Dan yang terakhir, kepada diri saya sendiri. Sinta Nolydia Maehisa. Terimakasih sudah berjuang dan bertahan sejauh ini, mari bekerjasama untuk lebih berkembang lagi dari hari ke hari, kehidupan dunia akan segera dimulai.

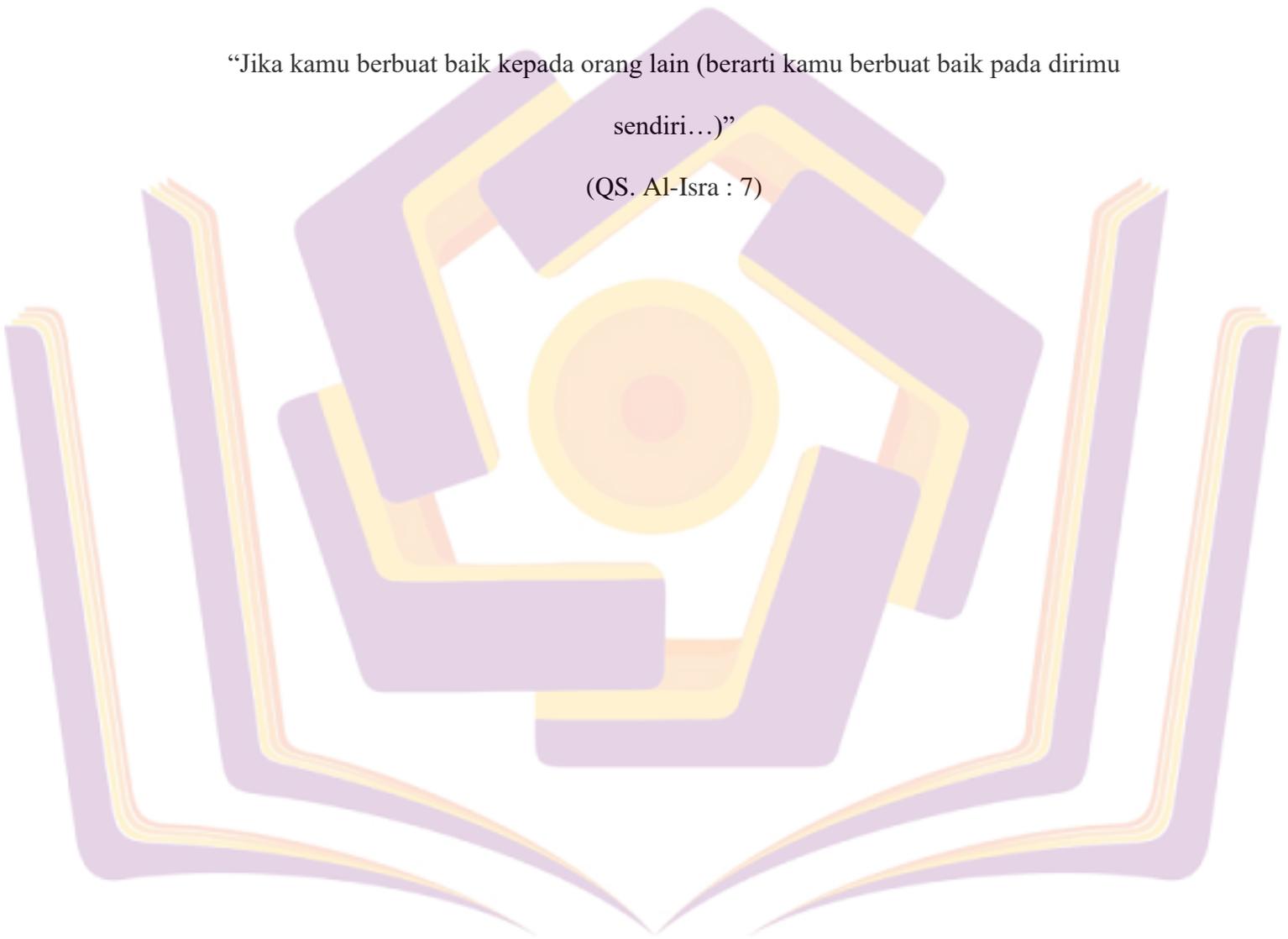
HALAMAN MOTTO

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa
sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

“Jika kamu berbuat baik kepada orang lain (berarti kamu berbuat baik pada dirimu
sendiri...)”

(QS. Al-Isra : 7)



KATA PENGANTAR

Tiada pengantar yang lebih layak diucapkan selain *alhamdulillah*, puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena telah melimpahkan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh *Influencer Marketing, Content Marketing, Dan Electronic Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Brand Image* Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus: Konsumen Produk *Skincare* Yang Menggunakan Aplikasi Tiktok)”. Shalawat dan salam kepada Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam yang senantiasa menjadi sumber inspirasi dan teladan terbaik untuk umat manusia. Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih S.Bns. Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Program Studi Bisnis Digital di Universitas Amikom Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak dapat selesai tanpa adanya dukungan, bantuan dan bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama proses penyusunan penelitian ini. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Berlilana, M.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Amikom Purwokerto.
2. Bapak Dr. Yusmedi Nurfaizal, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis dan Ilmu Sosial Universitas Amikom Purwokerto.
3. Bapak Dr. Arief Adhy Kurniawan, S.E., M.Si., selaku Kepala Program Studi Bisnis Digital Universitas Amikom Purwokerto.

4. Bapak Zanuar Rifai, S.Kom., M.MSI., selaku dosen pembimbing pertama yang telah memberikan arahan, bimbingan serta nasihat kepada penulis sehingga penelitian ini terselesaikan.
5. Ibu Siti Alvi Sholikhatin, M.Kom., selaku dosen pembimbing kedua yang telah memberikan arahan, bimbingan serta nasihat kepada penulis sehingga penelitian ini terselesaikan.
6. Ibu Melia Dianingrum, S.E., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik.
7. Seluruh Dosen Universitas Amikom Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan serta dukungan selama masa studi berlangsung.
8. Kedua orang tua paling berjasa dalam hidup penulis, Bapak Salman dan Ibu Siti Saroh. Terimakasih atas segala doa, pengorbanan, dukungan, serta kasih sayang yang tiada henti baik secara moral maupun material yang diberikan kepada penulis sehingga penelitian ini terselesaikan.
9. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Deo Rezky Muslian Nuraffendo. Terimakasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis dengan membersamai dan memberikan semangat, doa, motivasi, support serta kontribusi dalam penelitian ini.
10. Keluarga besar penulis, terimakasih sudah memberi semangat doa dan dukungan kepada penulis. Terimakasih kepada Atika Munfaridati Rifa dan A.Adi Sakhoul sudah menjadi tempat berkeluh kesah dan menjadi saudara baik penulis.
11. Yulianti Arba'atun, Anisa Nurohmah, Sahitya Jati Dwi Sesa, Widya Aninda dan Asrithoifah selaku sahabat penulis yang senantiasa menemani penulis

dalam langkah yang dilalui, dan saling memberikan motivasi dalam meningkatkan semangat dan kemudahan untuk menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih sudah menjadi partner bertumbuh dan kebersamai penulis di masa perkuliahan.

12. Lusiana Trimulyani, Hanif Rizaqi, Mutiara Yesenia, dan Feishal Azriel selaku teman baik penulis semasa perkuliahan. Terimakasih sudah menjadi partner bertumbuh di segala kondisi yang kadang tidak terduga. Terimakasih sudah menjadi pendengar yang baik untuk penulis dan membuat pengalaman kuliah terasa penuh kebahagiaan.

13. Teman-teman BD21A dan lainnya yang telah membantu penulis dalam melakukan penelitian tugas akhir ini dan selama perkuliahan peneliti di Universitas Amikom Purwokerto.

Purwokerto, 12 Februari 2025

Penulis