

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN SISTEM *CASH ON DELIVERY (CoD)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DENGAN *ONLINE COSTUMER REVIEW* SEBAGAI
MODERATOR**

(Survei pada Gen Z Pengguna TikTok Shop di Kabupaten Kuningan)

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh :

MILA TRIVISKA

20210510354

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KUNINGAN**

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN SISTEM *CASH ON DELIVERY (COD)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DENGAN *ONLINE COSTUMER REVIEW* SEBAGAI MODERATOR

(Survei Pada Gen Z Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

MILA TRIVISKA

20210510354

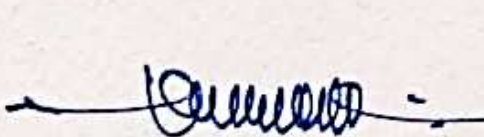
Telah berhasil mempertahankan skripsinya pada tanggal 18 Juni 2025 dihadapan Dewan Penguji. Skripsi ini disahkan sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Susunan Dewan Penguji :

Penguji I,

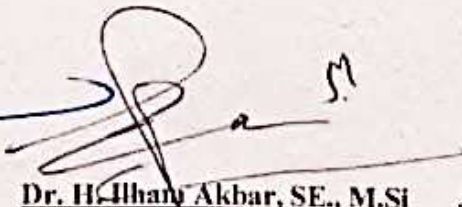
Penguji II,

Penguji III,



Prof. Dr. Dikdik Harjadi, SE., M.Si

NIK. 41038971055



Dr. H. Ilham Akbar, SE., M.Si

NIK. 410104700197



Januar Habibi Mahsvar, S.E., M.M

NIK. 410101910251

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN SISTEM *CASH ON DELIVERY (COD)* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DENGAN *ONLINE COSTUMER REVIEW* SEBAGAI MODERATOR

(Survei Pada Gen Z Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Kuningan)

Disusun Oleh :

MILA TRIVISKA
20210510354

DISETUJUI OLEH PEMBIMBING

Kuningan, Juli 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. H. Iskandar, M.M
NIP. 196205081987031003

Januar Habibi Mahsyar, SE., M.M
NIK. 410101910251

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Kepala Program Studi Manajemen

Dr. Hj. Lili Karmela F, S.E., M.Si
NIK. 41038971054

Dr. Rina Masruroh, S.E., M.E., Sy
NIK. 41038091296

PERNYATAAN OTENTISITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Content Marketing* dan Sistem *Cash On Delivery (Cod)* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion* Dengan *Online Costumer Review* Sebagai Moderator”** (Survei pada gen Z pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Kuningan) ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko/sanksi yang dijatuhkan keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Kuningan, Juni 2025

Yang membuat pernyataan



MILA TRIVISKA
20210510354

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

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

(QS. Al-Insyirah : 5-6)

"Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya"

(QS. Al-Baqarah : 286)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan penuh cinta dan rasa syukur kepada Ayah dan Ibu tercinta, yang telah menjadi sumber kekuatan, doa, dan kasih sayang yang tak pernah putus sepanjang perjalanan ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, kesabaran, dan dukungan yang tak ternilai. Juga untuk kakak-kakakku yang selalu memberikan semangat, perhatian, dan dorongan di saat saya membutuhkan. Tanpa kalian, langkah ini tak akan pernah sampai sejauh ini.

ABSTRAK

MILA TRIVISKA, 20210510354, 2025 "PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN SISTEM *CASH ON DELIVERY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *FASHION* DENGAN *ONLINE COSTUMER REVIEW* SEBAGAI MODERATOR" (Survei Pada Gen Z Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Kuningan)" Skripsi, Program Studi Manajemen Universitas Kuningan. Pembimbing I Dr. H. Iskandar., M.M Pembimbing II Januar Habibi Mahsyar, SE., MM

Penelitian yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan terkait Pengaruh Content Marketing, Sistem Cash on Delivery dan Online Costumer Review Sebagai Moderator Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion pada Gen Z. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Teknik pengambilan simple random sampling dengan responden sebanyak 150 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan SPSS 25. Analisis Regresi Moderasi yang terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik. Hasil pengujian dari hipotesis yang di ajukan menunjukkan bahwa (1) Content Marketing tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Sistem cash on delivery tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Online costumer review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Online costumer review tidak dapat memoderasi pengaruh content marketing terhadap keputusan pembelian. (5) Online costumer review tidak dapat memoderasi pengaruh sistem cash on delivery terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Pengaruh Content Marketing dan Sistem Cash on Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dengan Online Costumer Review Sebagai Moderator

ABSTRACT

MILA TRIVISKA, 20210510354, 2025 "THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING AND CASH ON DELIVERY SYSTEM ON FASHION PRODUCT PURCHASE DECISIONS WITH ONLINE CUSTOMER REVIEW AS A MODERATOR" (Survey on Gen Z TikTok Shop Users in Kuningan Regency) Thesis, Management Study Program, University of Kuningan. Supervisor I: Dr. H. Iskandar, M.M Supervisor II: Januar Habibi Mahsyar, SE., MM

This research aimed to answer questions regarding the influence of content marketing, the cash on delivery system, and online customer reviews as a moderator on fashion product purchase decisions among Gen Z. The study was a quantitative research using a survey method. The sampling technique used was simple random sampling, with a total of 150 respondents. The data collection technique used a questionnaire analyzed with SPSS 25. The analysis employed Moderated Regression Analysis, preceded by classical assumption testing. The results of the hypothesis testing showed that (1) Content marketing did not have a significant influence on purchase decisions. (2) The cash on delivery system did not have a significant influence on purchase decisions. (3) Online customer reviews had a positive and significant influence on purchase decisions. (4) Online customer reviews could not moderate the influence of content marketing on purchase decisions. (5) Online customer reviews could not moderate the influence of the cash on delivery system on purchase decisions.

Keywords: The Influence of Content Marketing and Cash on Delivery System on Fashion Product Purchase Decisions with Online Customer Review as a Moderator.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Content Marketing dan Sistem Cash on Delivery Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dengan Online Costumer Review Sebagai Moderator (Survei Pada Gen Z Pengguna Tiktok Shop di Kabupaten Kuningan)”. Penulisan proposal ini dilakukan dengan maksud dan tujuan untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan dari segi teknik penyusunan maupun dari segi teori. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang sifatnya membangun sebagai bahan masukan yang bermanfaat demi perbaikan dimasa mendatang.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Kuningan, 2025

Penyusun,

MILA TRIVISKA

NIM. 20210510354

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillah robbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, dan tuntunan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

Penyusunan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Kedua orang tuaku, cinta pertama anak perempuannya Bapak Roheman dan pintu surgaku Ibu Eha yang selalu memberikan kasih sayang, doa, dukungan moral maupun materiil yang tiada henti selama proses studi hingga penyusunan skripsi ini. Tanpa pengorbanan, kesabaran, serta keikhlasan yang telah diberikan, pencapaian ini tidak akan mungkin terwujud. Semoga skripsi ini dapat menjadi salah satu bentuk persembahan kecil atas segala jasa dan cinta tanpa syarat yang telah penulis terima selama ini.
2. Bapak Dr. H. Iskandar, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah bersedia dengan penuh kesabaran dan ketulusan memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga selama proses penyusunan skripsi ini. Segala perhatian, waktu, dan ilmu yang telah diberikan menjadi bekal yang sangat berarti bagi penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Januar Habibi Mahsyar SE., M.M selaku dosen pembimbing II atas segala waktu, perhatian, serta bimbingan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Masukan dan arahan yang diberikan sangat membantu penulis dalam memperbaiki serta menyempurnakan isi skripsi dengan baik.
4. Bapak Prof. Dr. Dikdik Harjadi, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Kuningan.
5. Ibu Dr. Hj. Lili Karmela F, SE., M.S selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.

6. Ibu Enung Nurhayati, SE., Ak., CA selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan.
7. Ibu Dr. Rina Masruroh, SE., ME.Sy selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kuningan
8. Bapak Dr. Munir Nur Komarudin, S.Pd.,MM Selaku Pembimbing Akademik yang telah memberikan banyak nasehat selama masa perkuliahan
9. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan seluruh staff yang telah banyak memberikan ilmu, pengalaman dan arahan selama masa perkuliahan.
10. Kakak-kakaku Andre Hendrian, Pani Perinda, Erna Ernawati, Iis Dhia Lestari. Terima kasih atas segala doa, dukungan, materi dan kasih sayang yang tidak pernah putus sejak awal perjalanan pendidikan ini hingga proses penyusunan skripsi. Kehadiran kalian adalah sumber semangat yang luar biasa bagi penulis, baik dalam bentuk perhatian, nasihat, maupun dorongan moral yang selalu menguatkan di saat penulis menghadapi tantangan. Pengorbanan, kepedulian, dan ketulusan kalian akan selalu penulis kenang dengan penuh rasa syukur dan hormat. Semoga keberhasilan kecil ini dapat menjadi wujud balas budi dan kebanggaan bagi kalian semua.
11. Keponakanku Ryuga Kauttsarazky Hendrian, Hilda Nurfauziah, Ropi Juliansyah dan sepupuku Tasya Shabila yang telah menjadi sumber keceriaan dan penyemangat di tengah proses penyusunan skripsi ini. Tawa, canda, dan kehadiran kalian telah menjadi mood booster yang membantu penulis melewati masa-masa sulit dengan lebih ringan dan penuh senyum. Terima kasih telah menjadi pelipur lara dan pengingat indahnya kebersamaan di tengah kesibukan dan tekanan akademik.
12. Untuk seseorang dengan inisial W yang sudah mengisi hati penulis dari awal perkuliahan hingga sekarang meskipun sudah tidak bisa sama sama lagi terimakasih telah mendampingi dan memberikan dukungan tanpa henti selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, pengertian, semangat, kasih sayang serta doa yang senantiasa menguatkan penulis di setiap langkah. Kehadiranmu menjadi sumber motivasi yang tak ternilai, yang membuat penulis mampu melewati berbagai tantangan dengan

lebih tegar dan optimis. Semoga keberhasilan ini dapat menjadi awal dari langkah-langkah besar yang kita tempuh bersama ke depan.

13. Sahabatku Nadila Alza Andini, Rahma Dwi Febrianti, Ica Khoirunisa yang selalu setia menemani dalam suka maupun duka selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Dan Diana Putri Nurkhaliza dan Cindy Angelina Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, tawa, motivasi, serta semangat yang kalian berikan.
14. terima kasih kepada teman-teman kelas Manajemen A yang telah memberikan dukungan, kebersamaan, dan semangat selama perjalanan studi hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kerja sama, diskusi, dan motivasi yang telah kita bagikan bersama, yang turut membantu penulis melewati berbagai tantangan akademik.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus dan ikhlas memberikan do'a dan dukungan hingga dapat terselesaikan skripsi ini.
16. Dan terakhir terima kasih kepada diriku sendiri, yang telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tidak menyerah meski sering merasa lelah, ragu, dan ingin berhenti. Terima kasih sudah memilih untuk tetap melangkah, bahkan ketika langkah terasa berat dan tujuan terasa jauh. Aku bangga pada versi diriku yang terus belajar, memperbaiki diri, dan tidak takut gagal. Proses ini bukan hanya tentang menyelesaikan skripsi, tapi juga tentang mengenal diri lebih dalam dan tumbuh menjadi pribadi yang lebih kuat. Terima kasih, telah percaya bahwa aku mampu.

Demikian ungkapan rasa terima kasih ini penulis sampaikan. Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN	
PERNYATAAN OTENTITAS	
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II LANDASAN TEORI, KERANGKA BERPIKIR DAN HIPOTESIS	
.....	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 Keputusan pembelian.....	11
2.1.3 Content Marketing	13
2.1.4 Sistem Cash on Delivery (CoD)	18
2.1.5 Online Customer Review	19
2.1.6 Penelitian terdahulu	21
2.1.7 Hubungan antar variabel.....	28
2.2 Kerangka Berpikir	32
2.3 Hipotesis Penelitian.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	34
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.2 Operasional Variabel	35
3.2.1 Variabel Independen	35
3.2.2 Variabel Dependen	35
3.3.3 Variabel Moderasi.....	35
3.3 Populasi dan Sampel.....	38
3.3.1 Populasi.....	38
3.3.2 Sampel	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Jenis Data	39
3.4.2 Sumber Data	40
3.5 Uji Instrumen.....	40
3.5.1 Uji Validitas.....	40
3.5.2 Uji Reliabilitas	44
3.6 Metode Analisis Data	45
3.6.1 Analisis Deskriptif	45
3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....	47
3.6.3 Analisis Regresi Moderasi (MRA)	48
3.6.4 Uji hipotesis	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Hasil Penelitian.....	51
4.1.1 Deskriptif Objek Penelitian	51
4.1.2 Karakteristik Responden.....	52
4.1.3 Analisis Data Deskriptif	53
4.1.4 Uji Asumsi Klasik.....	64
4.1.5 Uji Hipotesis	68
4.2 Pembahasan	70
4.2.1 Pengaruh <i>Content Marketing</i> terhadap Keputusan Pembelian	70
4.2.2 Pengaruh Sistem <i>Cash on Delivery</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	72
4.2.3 Pengaruh <i>Online Costumer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian ...	74

4.2.4 Pengaruh <i>Online Costumer Review</i> sebagai Moderator	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Gen Z di Kabupaten Kuningan Tahun 2024.....	2
Tabel 1. 2 Data pembayaran dalam pembelian online di Tiktok Shop	3
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Angket Content Marketing (X1)	42
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Angket Sistem Cash On Delivery (X2).....	42
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Angket Online Costumer Review (M)	43
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Angket Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Content Marketing (X1)	44
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Sistem Cash on Delivery (X2)	44
Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Online Costumer Review (M)	44
Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 2 Usia	52
Tabel 4. 3 Tingkat Pendidikan	53
Tabel 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Content Marketing (X1)	54
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Deskriptif Sistem Cash On Delivery (X2).....	56
Tabel 4. 6 Hasil Analisis Deskriptif Online Costumer Review (M)	59
Tabel 4. 7 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	62
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	65
Tabel 4. 10 Hasil Analisis Regresi Moderasi (MRA)	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Daftar Penjualan Belanja Online Tiktok Shop Di Indonesia 2023	2
Gambar 1. 2 Data Penjualan TikTok Shop 2023-2024	4
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	33
Gambar 3. 1 Skala Pengisian Kuesioner	40
Gambar 4. 1 Hasil Analisis Deskriptif Content Marketing (X1)	56
Gambar 4. 2 Hasil Analisis Deskriptif Sistem Cash On Delivery (X2)	58
Gambar 4. 3 Hasil Analisis Deskriptif Online Costumer Review (M)	61
Gambar 4. 4 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	64