PERAN KONTEN MARKETING DAN *LIVE STREAMING* DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *MOISTURIZER* SKINTIFIC DI APLIKASI TIKTOKSHOP

THE ROLE OF CONTENT MARKETING AND LIVE STREAMING IN INFLUENCING PURCHASE DECISIONS FOR SKINTIFIC *MOISTURIZERS ON* TIKTOKSHOP

Oleh

Imelda Juniar Citra

22416261201361

NON SKRIPSI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG

KARAWANG

TAHUN 2026

PERAN KONTEN MARKETING DAN *LIVE STREAMING* DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *MOISTURIZER* SKINTIFIC DI APLIKASI TIKTOKSHOP

THE ROLE OF CONTENT MARKETING AND LIVE STREAMING IN INFLUENCING PURCHASE DECISIONS FOR SKINTIFIC *MOISTURIZERS ON* TIKTOKSHOP

Oleh

Imelda Juniar Citra

22416261201361

NON SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS BUANA PERJUANGAN KARAWANG

KARAWANG

TAHUN 2026

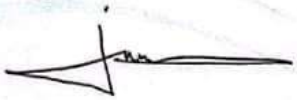
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Imelda Juniar Citra

NIM : 22416261201361

Tanda Tangan :



Tanggal : 27 April 2026

UBP KARAWANG

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Disusun oleh :

Nama : Imelda Juniar Citra

NIM : 22416261201361

Judul : PERAN KONTEN MARKETING DAN LIVE STREAMING DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOISTURIZER SKINTIFIC DI APLIKASI TIKTOKSHOP

Menyetujui,

Pembimbing Utama,	Pembimbing Pendamping,
Dr. Citra Savitri, S.E., M.M.	Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M
NIDN. 0214088301	NIDN. 0405059303

Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang

Ketua Program Studi

Dr. H. Suroso, SE., MM
NIDN. 0402107707

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	: Imelda Juniar Citra
NIM	: 22416261201361
Program Studi	: Manajemen
Judul Tugas Akhir	: PERAN KONTEN MARKETING DAN LIVE STREAMING DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOISTURIZER SKINTIFIC DI APLIKASI TIKTOKSHOP

DEWAN PENGUJI TUGAS AKHIR

Nama		Tanda Tangan	Tanggal
Penguji 1	: Dr. Citra Savitri, S.E., M.M.	(.....)	(05/05/2026)
Penguji 2	: Laras Ratu Khalida, S.S.T, M.M.	(.....)	(05/05/2026)

Karawang, 27 April 2026

Mengetahui,

Dekan,	Ketua Program Studi
Dr. Citra Savitri, S.E., M.M	Dr. H. Suroso, S.E., M.M
NIDN. 0214088301	NIDN. 0402107707

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Imelda Juniar Citra
NIM	: 22416261201361
Program Studi	: Manajemen
Tahun Akademik	: 2026

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan Tugas Akhir saya yang berjudul:

"PERAN KONTEN MARKETING DAN *LIVE STREAMING* DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *MOISTURIZER* SKINTIFIC DI APLIKASI TIKTOKSHOP"

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Karawang, 27 April 2026



Imelda Juniar Citra

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Buana Perjuangan Karawang, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama	: Imelda Juniar Citra
NIM	: 22416261201361
Program Studi	: Manajemen
Jenis Karya	: Tugas Akhir

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Buana Perjuangan Karawang **Hak Bebas Royalti Non Ekslusif** ***(Non-exlusive RoyaltyFree Right)*** atas karya ilmuah saya yang berjudul :

"PERAN KONTEN MARKETING DAN LIVE STREAMING DALAM MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOISTURIZER SKINTIFIC DI APLIKASI TIKTOKSHOP"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalty Non Ekslusif ini Universitas Buana Perjuangan Karawang berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data *(database)*, merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Universitas Buana Perjuangan Karawang

Pada tanggal : 27 April 2026

Yang menyatakan



Imelda Juniar Citra

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT beserta junjungan-Nya Nabi Muhammad SAW, karena atas berkat dan Rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang.

Pada kesempatan ini, penulis memberikan penghargaan setinggi-tingginya dan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada Ibu Dr. Citra Savitri, S.E., M.M selaku pembimbing utama dan Ibu Syifa Pramudita Faddila, S.ST., M.KM., M.M. Selaku pembimbing pendamping yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan selama ini serta memotivasi kepada penulis yang kemudian membuka pola berpikir penulis.

Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari pihak universitas, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Yanti Tayo, S. Psi., M. Ikom. selaku Ketua Yayasan Buana Pangkal Perjuangan Karawang.
2. Assoc. Prof. Dr. H. Budi Rismayadi, S.E., M.M. selaku Rektor Universitas Buana Perjuangan Karawang.
3. Dr. Citra Savitri, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Buana Perjuangan Karawang.
4. Dr. H. Suroso, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang.
5. Kepada seluruh responden yang telah rela meluangkan waktunya untuk membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan.
6. Kepada Seluruh Dosen dan Staff serta pihak-pihak lainnya yang membantu penulisan Tugas Akhir, penulis ucapkan terima kasih.
7. Kepada orang tua yang merupakan bagian kebahagiaan yang paling utama karena telah banyak mendorong semangat dan motivasi kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan pada waktunya.

8. Terakhir kepada teman dan sahabat mahasiswa “pejuang lulus tepat waktu” dan teman – teman seperjuangan Tugas Akhir, yang telah memberikan motivasi dan kerjasama yang baik sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat berjalan dengan lancer dan sesuai dengan yang diharapkan.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaiakn semua pihak yang membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmui.

Karawang, 27 April 2026

Penulis

ABSTRAK

Tujuan: Penelitian ini difokuskan menguji pengaruh konten marketing serta live streaming terhadap keputusan pembelian produk moisturizer Skintific pada platform TikTok Shop, guna memahami faktor mana yang paling dominan dalam mendorong transaksi di era transformasi digital.

Hasil: Temuan ini mengindikasikan konten marketing memiliki pengaruh positif tapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, sementara live streaming memberikan dampak positif sangat kuat dan signifikan. Temuan ini menegaskan bahwa interaksi langsung dan kehadiran sosial dalam siaran langsung menjadi pemicu utama yang lebih kuat dibandingkan sekadar paparan konten visual statis atau kreatif dalam mendorong keputusan konsumen.

Kesimpulan: Dapat disimpulkan bahwa efektivitas transaksi pada TikTok Shop sangat bergantung pada aktivitas live streaming. Meskipun konten marketing berfungsi membangun kesadaran merek, interaksi interaktif secara real-time adalah kunci utama yang memberikan keyakinan dan kemudahan informasi bagi konsumen untuk segera mengambil keputusan pembelian.

Kontribusi: Penelitian ini menyumbang bukti empiris pada kajian pemasaran digital serta social commerce, khususnya mengenai efektivitas fitur interaktif di media sosial. Dari sisi praktis, temuan ini berfungsi sebagai panduan bagi pelaku usaha industri kecantikan untuk mengoptimalkan penggunaan live streaming sebagai strategi utama dalam meningkatkan konversi penjualan di platform digital.

Kata Kunci: konten marketing, *live streaming*, keputusan pembelian, Skintific, TikTok Shop

ABSTRACT

Purpose: This study aims to evaluate the impact of content marketing and live streaming on purchasing decisions for Skintific moisturizers on the TikTok Shop platform, in order to identify the most significant factors driving transactions during the digital transformation era.

Results: The results reveal that content marketing has a positive but statistically insignificant effect on purchasing decisions, whereas live streaming has a very strong and statistically significant positive impact. These findings confirm that direct interaction and social engagement during live streams are more powerful drivers than mere exposure to static or creative visual content when it comes to prompting consumers to make a decision.

Conclusion: It can be concluded that the success of transactions on TikTok Shop heavily relies on live streaming. While content marketing helps boost brand awareness, real-time interaction is the key element that builds trust and provides consumers with the essential information they need to make immediate purchasing decisions.

Contribution: This study presents empirical evidence in the fields of digital marketing and social commerce, specifically regarding the effectiveness of interactive features on social media. From a practical perspective, these findings serve as a guide for beauty industry professionals to optimize live streaming as a core strategy for increasing sales conversion rates on digital platforms.

***Keywords**: content marketing, live streaming, purchase decision, Skintific, TikTok Shop*