

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CONTENT*
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK WARDAH PADA GEN-Z DI KOTA PALEMBANG**



KARYA AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar
Strata Satu Pada Program Studi Manajemen**

Disusun oleh :

LIDIA KARUNIA MAY BR SAMOSIR

211510062

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA**

2025

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CONTENT*
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK WARDAH PADA GEN-Z DI KOTA PALEMBANG**

KARYA AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar
Strata Satu Pada Program Studi Manajemen**

**Disusun oleh :
LIDIA KARUNIA MAY BR SAMOSIR
211510062**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL HUMANIORA
UNIVERSITAS BINA DARMA
2025**

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN *CONTENT MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH PADA GEN-Z DI KOTA PALEMBANG

LIDIA KARUNIA MAY BR SAMOSIR

211510062

KARYA AKHIR

Telah Diterima Sebagai Salah Satu Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Pada Program Studi Manajemen

Menyetujui,

Palembang, September 2025
Fakultas Sosial Humaniora
Universitas Bina Darma

Pembimbing,


Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M

Dekan,




Universitas 
Fakultas Sosial Humaniora


Nuzsep Almigo, S.Psi., M.SI., Ph.d

HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI

Skripsi Berjudul : “Pengaruh Kualitas Produk Dan *Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Pada Gen-Z Di Kota Palembang” Telah dipertahankan didepan penguji pada tanggal dan dinyatakan sudah memenuhi syarat untuk diterima

KOMISI PENGUJI

1. Dr. Sulaiman Helmi, S.E., M.M Ketua Penguji ()
2. Drs. H. Mukran Roni, M.B.A Ketua Penguji 1 ()
3. Irwan Septayuda, S.E., M.Si Ketua Penguji 2 ()

Palembang, September 2025

Program Studi Manajemen

Fakultas Sosial Humaniora

Universitas Bina Darma

Ketua Program Studi Manajemen

Universitas Bina Darma
Fakultas Sosial Humaniora



Dr. Trisninawati, S.E., M.M

NIDN. 0220076702

SURAT PERNYATAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Lidia Karunia May Br Samosir

Nim : 211510062

Dengan ini Menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau diperguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan, dan penelitian, saya sendiri dengan arahan Tim Pembimbing;
3. Didalam Skripsi ini tidak terdapat karya dan pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkannya ke dalam daftar pustaka;
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan ini di cek keasliannya menggunakan *plagiarism checker* serta di unggah ke internet, sehingga dapat diakses publik secara daring; dan
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, 2025

Yang membuat pernyataan,



Lidia Karunia May Samosir
211510062

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan content marketing terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada konsumen Generasi Z di Kota Palembang. Gen-Z merupakan generasi yang aktif menggunakan media sosial, sehingga strategi pemasaran digital melalui content marketing sangat relevan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik SEM-PLS terhadap 104 responden Gen-Z yang pernah membeli produk Wardah dan melihat kontennya di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan content marketing berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana kualitas produk memiliki pengaruh yang lebih dominan. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran digital yang efektif dan relevan, serta menjadi referensi akademik dalam studi perilaku konsumen digital.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Content Marketing, Keputusan Pembelian, Gen-Z, Wardah

ABSTRACT

This study aims to examine the influence of product quality and content marketing on the purchase decisions of Wardah products among Generation Z consumers in Palembang. As Gen-Z is highly active on social media, digital marketing strategies, particularly content marketing, are considered highly relevant. A quantitative method with SEM-PLS was applied to 104 Gen-Z respondents who had purchased Wardah products and were exposed to its content on social media. The findings indicate that both product quality and content marketing significantly influence purchase decisions, with product quality showing a more dominant effect. This study provides practical insights for brands in optimizing digital marketing strategies and offers academic value for future research on consumer behavior in the digital era.

Keywords: *Product Quality, Content Marketing, Purchase Decision, Gen-Z, Wardah*

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

Segala Perkara dapat kutanggung
di dalam dia yang memberi kekuatan kepadaku

(Filipi 4:13)

“Lay plans for something big by starting with It when small.”

- Leo Tzu

PERSEMBAHAN :

Karya Akhir Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Ayah dan Ibu Tercinta (Sori Obrien Samosir & Jubelina Aritonang) serta saudara dan keluarga besar yang senantiasa selalu mendukung disetiap proses ku.
2. Kawan dan Teman seperjuangan ku selama berkuliah di Universitas Bina Darma.
3. Almameter ku tercinta

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Lidia Karunia May Samosir
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Jambi, 07 Mei 2003
Alamat : Perum. Bogenvile Kecamatan Alam Barajo,
Kota Jambi
No telpon/HP : 0838-3792-0986

Riwayat Pendidikan

SD : SD Negeri 116 Kota Jambi
SMP : SMP Negeri 22 Kota Jambi
SMK : SMK Negeri 04 Kota Jambi
SARJANA : Universitas Bina Darma Palembang

Sertifikat/Pelatihan

Table Manner Training 2022
MBKM
(Bakesbangpol Prov. Jambi) 2024
BNSP LSP – MANAGER SDM 2025
Workshop Microsoft Office 2025
TOEFL ITP 2025

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji syukur kepada Tuhan YME dalam penyusunan Karya Akhir yang berjudul "Pengaruh Content Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Gen-Z di Kota Palembang." ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan pada Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Humaniora Universitas Bina Darma Palembang.

Perjalanan panjang telah penulis lalui dalam rangka menyelesaikan penulisan Karya Akhir ini. Banyak hambatan yang dihadapi dalam penyusunannya, namun berkat kehendak-Nyalah sehingga penulis berhasil menyelesaikan penulisan Karya Akhir ini. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini patutlah kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada:

- Plt. Prof. Edi Surya Negara Harahap, S.Kom., M.Kom selaku Rektor Universitas Bina Darma..
- Nuzsep Almigo, S.Psi., M.Si, Ph.D selaku Dekan Fakultas Sosial Humaniora.
- Dr. Trisninawati, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
- Dr. Sulaiman Helmi,. S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu saya menyelesaikan laporan Karya Akhir ini.
- Bapak Ibu Dosen beserta seluruh Staff Universitas Bina Darma selama Penulis Berkuliah di Universitas Bina Darma

- Orangtua terkasih, Mamak tersayang yaitu Ibunda Jubelina Aritonang, Terimakasih sudah menjadi orang yang selalu menjaga, merawat dan mendoakan sejak dalam Kandungan hingga saat ini Penulis bisa mencapai Pendidikan Tinggi dan menuju Kehidupan sebagai orang Dewasa dengan Pilihan Hidup yang akan datang.
- Bapak Tersayang, yaitu Ayahanda Sori Obrien Samosir, Terimakasih telah mengajarkan banyak hal tentang perjalanan hidup, Terimakasih sudah menjadi orangtua yang bertanggungjawab untuk kehidupan ku dengan semangat dan kerja keras, sakit maupun sehat, selalu memberikan kewajiban sebagai Ayah kepada diri ku.
- Abang dan kakak terkasih, Bang Javen, Bang Raden, dan Kak sovi Terimakasih sudah menjadi saudara yang selalu mendukung setiap hal baik yang Penulis kerjakan dan Rencanakan, Terimakasih Abangku Raden Costa Samosir yang selalu mendukung Penulis sejak awal Perkuliahan hingga selesainya Karya Akhir ini, Terimakasih untuk semua dukungan Moril dan Materil yang diberikan sehingga Penulis dapat menyelesaikan Pendidikan Akademik dengan hasil yang baik. Dan Teruntuk Kakak ku Soviana Samosir, Terimakasih sudah menjadi pendengar dan memberikan arahan ditengah penulis menghadapi kesulitan dalam perjalanan hidup ku, Terimakasih untuk ketulusan dalam dukungan Moril dan Materil yang sudah diberikan.
- Abang Sepupu ku, Bang Christian Purba beserta kakak, Terimakasih sudah memberikan perhatian tulus selama Penulis berkuliah di Kota Palembang,

Terimakasih untuk dukungan dan arahan baik dan sudah seperti orangtua ku selama berkuliah di Kota Palembang.

- Saudara Paulus Manuel Gultom, sebagai abang dan teman selama Penulis berada di GPI Youth Palembang, Terimakasih sudah menjadi Teman keluh kesah ku selama berada di Kota Palembang walau sebenarnya beliau sangat menyebalkan. Terimakasih untuk waktu dan dukungan yang sudah diberikan selama Penulis menyelesaikan Skripsi ini hingga selesai.
- Sahabat seperjuangan saya, Rizky Rahmatullah terimakasih sudah menjadi teman perjuangan selama perkuliahan sejak Maba hingga lulus sarjana bersama, Terimakasih untuk kebersamaan kita sejauh ini.
- Teman Kost saya selama kurang lebih 1 Tahun, Lisa Oktavia dan Adik Christin sudah menemani Penulis dalam perjalanan Penyusunan Skripsi ini, terimakasih untuk setiap cerita dan canda tawa yang mengisi hari hari Penulis selama tinggal di kost 21 Ryacudu.
- Teman Seperjuangan Manajemen A'21 yang sudah mengisi hari hari Penulis selama -Perkuliahan hingga selesainya Masa studi dengan memperoleh Gelar Sarjana Manajemen. Semoga kelak kita menjadi orang orang sukses yang berdampak bagi banyak orang.
- Almameter ku, Terimakasih untuk 4 Tahun terakhir Penulis mampu memperoleh gelar sarjana melalui Pendidikan Tinggi dan memperoleh ilmu serta pengalaman yang luar biasa baik, kiranya Almameter ku tetap berjaya dan meluluskan sarjana sarjana yang memperoleh ilmu dan pengalaman terbaik dari Universitas Bina Darma.

Penulis Menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan dari Skripsi in, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga menjadikan laporan ini lebih bermutu. Akhir kata penulis berharap semoga laporan ini denga segala kertebatasan dapat bermanfaat bagi pembaca yang membutuhkannya.

Palembang, 20 September 2025

Penulis



LIDIA KARUNIA MAY SAMOSIR

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN PENGUJI	iii
SURAT PERNYATAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	10
1.5 Ruang Lingkup Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior (TPB)</i>	13
2.1.2 Kualitas Produk	15
2.1.2 Indikator Kualitas Produk	17
2.1.3 <i>Content Marketing</i>	18
2.1.4 Faktor faktor yang mempengaruhi <i>Content Marketing</i>	19

2.1.5 Indikator <i>content marketing</i>	21
2.1.6 Keputusan Pembelian	23
2.1.7 Indikator Keputusan Pembelian	25
2.2 Hubungan Antar Variabel	25
2.2.1 Hubungan <i>Content Marketing</i> (X1) dengan Keputusan Pembelian (Y)	25
2.3 Penelitian Terdahulu	27
2.4 Kerangka Berpikir	28
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1. Objek dan Waktu Penelitian	30
3.1.1 Objek Penelitian	30
3.2 Definisi Operasional Variabel	31
3.3. Jenis dan Sumber Data	32
3.3.1 Jenis Penelitian	32
3.3.2 Sumber Data	32
3.4. Teknik Pengumpulan Data	33
3.5.2 Sampel	34
3.6. Teknik Analisis	35
3.6.2 <i>Measurement Model (Outer Model)</i>	36
3.6.2 Analisis Model Struktural (Inner Model)	37
BAB IV	39
HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Hasil Penelitian	39
4.1.1 Analisis Deskriptif Responden	39
4.1.2 Hasil Uji Data Outer Model	42
4.2.3 Hasil Uji Inner Model	46
4.2 Pembahasan	51
4.2.1 Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian (H1)	51
4.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Content Marketing (H2)	52
4.2.3 Pengaruh <i>Content marketing</i> terhadap keputusan Pembelian (H3)	53

4.2.4 Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan Pembelian dipengaruhi secara tidak langsung oleh Content Marketing (H4)	54
4.2.5 Implikasi Terintegrasi	55
BAB V.....	56
KESIMPULAN DAN SARAN	56
5.1 Kesimpulan.....	56
5.2 Saran.....	58
DAFTAR PUSTAKA	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. 1 Identitas Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4. 2 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 4. 3 Nilai Loading Factor Convergen Validity	42
Tabel 4. 4 Nilai AVE convergen validity	43
Tabel 4. 5 Discriminant Validity (Fornell – Larcker).....	44
Tabel 4. 6 Cronbach's alpha dan Composite reliability	45
Tabel 4. 7 Hasil Uji R-Square (R ²).....	46
Tabel 4. 8 Uji Q ² (predictive relevance)	47
Tabel 4. 9 Hasil Uji Goodness of Fit (GoF).....	48
Tabel 4. 10 hasil path coefficient bootstrapping direct effect.....	49
Tabel 4. 11 Hasil Indirect (efek tidak langsung).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Diagram kerangka berpikir.....	29
Gambar 4. 1 Diagram Usia Responden.....	40
Gambar 4. 2 Diagram Jenis Kelamin Responden	41
Gambar 4. 3 output PLS-SEM Algorithym untuk nilai R2.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Foto Pengambilan Data (survey)
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Data Tabulasi
Lampiran 4	Lembar Pengajuan Judul Karya Akhir
Lampiran 5	Lembar Konsultasi
Lampiran 6	Lembar Perbaikan Seminar Proposal
Lampiran 7	Lembar Perbaikan seminar Hasil
Lampiran 8	Surat Keterangan Lulus Seminar Proposal
Lampiran 9	Lembar turnitin
Lampiran 10	Surat Keterangan Pembimbing
Lampiran 11	Surat Keterangan lulus seminar hasil
Lampiran 12	Lembar LoA Publikasi Karya Akhir
Lampiran 13	Point Cek