

**PENGARUH *DIGITAL CONTENT MARKETING* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN SOMETHINC DI SHOPEE: SURVEI PADA GEN Z DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

TAZKIA NAHIDA AULIA

NIM. 141200079

E-mail: [tazkianahida17@gmail.com](mailto:tazkianahida17@gmail.com)

Pembimbing: Dr. Widhy Tri Astuti, S.E., M.Si

**ABSTRAK**

Media sosial menjadi sarana untuk memilih dan mencari informasi, termasuk dalam bentuk produk dan jasa yang dibutuhkan. Hal ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis sebagai peluang pemasaran dalam membaca perilaku konsumen ketika mencari, memilih, dan mempertimbangkan suatu produk secara *online*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *digital content marketing* dan *online customer review* melalui minat beli terhadap keputusan pembelian produk kecantikan Somethinc di shopee pada konsumen generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei dan alat pengumpulan data berupa kuesioner. Sampel penelitian ini adalah 121 konsumen produk kecantikan Somethinc generasi Z di Daerah Istimewa Yogyakarta, menggunakan data primer dengan metode *purposive sampling*. Metode analisis data meliputi analisis deskriptif dan analisis kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis berbasis PLS (Partial Least Square). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) *Digital content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *Digital content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (4) *Online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli. (5) Minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (6) *Digital content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli. (7) Dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli.

Kata Kunci: *Digital Content Marketing*, *Online Customer Review*, Minat Beli, dan Keputusan Pembelian