

ABSTRAK

Tazkiyatul Luthfiyah, Nomor Induk Mahasiswa 152210077, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Judul penelitian " Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Tiktokshop (Studi pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Yogyakarta)". Pembimbing I Susanta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Content Marketing* dan *Live Shopping* Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah di Tiktokshop (Studi pada Mahasiswi Perguruan Tinggi di Yogyakarta). Populasi penelitian ini adalah mahasiswi pengguna TikTokShop di Yogyakarta yang pernah membeli produk kosmetik Wardah yang jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti. Penelitian ini menggunakan tipe *explanatory research* dengan menggunakan metode kuantitatif. Sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah membeli kosmetik Wardah melalui TikTokShop. Ukuran sampel dengan 100 responden didapatkan dari perhitungan rumus *Lemeshow*. Teknik sampling yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis statistik deskriptif, analisis statistik kuantitatif dengan serta analisis statistik inferensial menggunakan SPSS 31.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *content marketing* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *live shopping* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, *content marketing* dan *live shopping* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi strategi *content marketing* dan *live shopping* menciptakan sinergi yang kuat dalam membentuk persepsi positif terhadap produk, meningkatkan pembelian, dan mempercepat proses pengambilan keputusan.

Kata Kunci: *content marketing*, *live shopping*, keputusan pembelian