

**ABSTRAK**

**PENTINGNYA PEMANFAATAN DIGITAL MARKETING UNTUK  
MEMENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN MENGGUNAKAN  
CONTENT MARKETING, LIVE STREAMING, DAN ONLINE  
CUSTOMER REVIEW**

(Studi pada Pengguna Shopee)

Stella Aprillachel WW Go  
Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2024

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: 1) Pengaruh *content marketing* terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee, 2) Pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee, 3) Pengaruh *online customer review* terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee, 4) Perbedaan keputusan pembelian antara generasi Y dan Z pengguna Shopee. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah generasi Y dan Z pengguna Shopee dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan menggunakan program IBM SPSS 20. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) *Content marketing* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee, 2) *Live streaming* tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee, 3) *Online customer review* berpengaruh terhadap keputusan pembelian pengguna Shopee, 4) Tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian antara generasi Y dan Z pengguna Shopee.

**Kata kunci:** *Content Marketing, Live Streaming, Online Customer Review, Keputusan Pembelian.*

**ABSTRACT**

**THE IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING FOR INFLUENCE  
PURCHASE DECISION USING CONTENT MARKETING, LIVE  
STREAMING, AND ONLINE CUSTOMER REVIEW**  
(Studies for Shopee Users)

Stella Aprillachel WW Go  
Management Study Program, Economics Faculty  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2024

This research aims to determine: 1) The influence of content marketing on Shopee users' purchasing decisions, 2) The influence of live streaming on Shopee users' purchasing decisions, 3) The influence of online customer reviews on Shopee users' purchasing decisions, 4) Differences in purchasing decisions between generations Y and Z Shopee users. The type of research used is associative research with a quantitative approach using a questionnaire. The population in this research is generations Y and Z Shopee users with a sample size of 100 respondents. The sampling technique used was purposive sampling. The data analysis technique in this research is multiple linear regression analysis using the IBM SPSS 20 program. The results of this research showed that: 1) Content marketing influences Shopee users' purchasing decisions, 2) Live streaming has no influences Shopee users' purchasing decisions, 3) Online customer reviews influence Shopee users' purchasing decisions, 4) There is no difference in purchasing decisions between generations Y and Z of Shopee users.

**Keywords:** Content Marketing, Live Streaming, Online Customer Review, Purchase Decision.