

ABSTRAK

PENGARUH *CONTENT MARKETING* DAN DUKUNGAN *INFLUENCER* TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN PRODUK MS GLOW PADA *E-COMMERCE SHOPEE* (Studi Konsumen MS Glow di Bandar Lampung)

Oleh

YUNI ARDIYANTI

Perkembangan teknologi memberikan dampak sangat besar dalam kegiatan pemasaran dan peningkatan penggunaan internet di Indonesia menyebabkan semakin banyaknya *e-commerce* yang bermunculan di Indonesia. Salah satu *e-commerce* yang ada di Indonesia adalah Shopee yang menjadi tempat jual beli berbagai macam produk seperti produk kecantikan khususnya *skincare* lokal Indonesia yaitu MS Glow. Tahun 2021 pendapatan MS Glow berada diposisi teratas di *e-commerce* Shopee. Sejak masuknya *skincare* Cina ke Indonesia membuat pendapatan MS Glow pada tahun 2022 menurun. MS Glow perlu menerapkan pemasaran yang tepat supaya pendapatan MS Glow kembali tinggi seperti pada tahun 2021. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh *content marketing* dan dukungan *influencer* terhadap niat beli produk MS Glow pada *e-commerce* Shopee. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Bandar Lampung yang telah membeli produk MS Glow di *e-commerce* Shopee dan telah melihat *content marketing* dan pemasaran yang dilakukan oleh *influencer* produk MS Glow pada *e-commerce* Shopee. Menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling* sebanyak 140 sampel. Sebagai penelitian kuantitatif, maka data diambil melalui penyebaran kuisisioner menggunakan *Google Form*. Metode analisis data yaitu analisis deskriptif menggunakan *software SPSS For Windows 26*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* dan dukungan *influencer* berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Perusahaan MS Glow harus membuat *content marketing* yang dapat dipercaya. *Content marketing* tidak dibuat dengan durasi yang begitu panjang dan tidak berisi konten teks. Dukungan *influencer* dalam me *review* produk MS Glow harus jujur sehingga apa yang disampaikan dapat dipercaya oleh konsumen.

Kata Kunci: *Content Marketing, Influencer, Konsumen, Niat Beli, Pemasaran*

ABSTRACT

CONTENT MARKETING INFLUENCE AND INFLUENCER SUPPORT ON CONSUMER BUYING INTENTIONS FOR MS GLOW PRODUCTS ON SHOPEE E-COMMERCE (MS Glow Consumer Study in Bandar Lampung)

By

Yuni Ardiyanti

Technological developments have had a huge impact on marketing activities and the increase in internet use in Indonesia has caused more and more e-commerce to emerge in Indonesia. One of the e-commerce sites in Indonesia is Shopee, which is a place to buy and sell various products such as beauty products, especially local Indonesian skincare, namely MS Glow. In 2021, MS Glow's revenue will be in the top position in Shopee e-commerce. Since the entry of Chinese skincare into Indonesia, MS Glow's revenue in 2022 has decreased. MS Glow needs to implement appropriate marketing so that MS Glow's revenues return to the same level as in 2021. The aim of this research is to determine the influence of content marketing and influencer support on the intention to purchase MS Glow products on Shopee e-commerce. The population in this research are the people of Bandar Lampung who have purchased MS Glow products on Shopee e-commerce and have seen content marketing and marketing carried out by MS Glow product influencers on Shopee e-commerce. Using a non-probability sampling technique with a purposive sampling approach of 140 samples. As quantitative research, data was collected through distributing questionnaires using Google Form. The data analysis method is descriptive analysis using SPSS For Windows 26 software. The research results show that content marketing and influencer support have a significant effect on consumer purchasing intentions. The MS Glow company must create content marketing that can be trusted. Content marketing is not created for a very long duration and does not contain text content. Influencer support in reviewing MS Glow products must be honest so that what is conveyed can be trusted by consumers.

Keywords: Content Marketing, Consumen, Influencer, Marketing, Purchase Intention