



UNIVERSITAS ANDALAS
UNIVERSITAS ANDALAS

SKRIPSI

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *INFLUENCER MARKETING*,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK *FASHION LOZY HIJAB* DI *TIKTOK*
(Survei pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Negeri di Kota Padang)**



TIARA BRILLIANI

NIM 2210526004

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN ALIH JENJANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PADANG
2026**

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *INFLUENCER MARKETING*,
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION*
PRODUK *FASHION LOZY HIJAB* DI *TIKTOK*
(Survei pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Negeri di Kota Padang)**

Oleh:

Tiara Brilliani

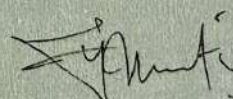
2210526004

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* Produk *Fashion Lozy Hijab* di *TikTok* (Survei pada Mahasiswi Perguruan Tinggi Negeri di Kota Padang). Penelitian ini di latar belakang oleh perkembangan *digital marketing* melalui media sosial *TikTok* untuk meningkatkan *purchase intention* konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan kausal. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Populasi penelitian ini adalah mahasiswi Perguruan Tinggi Negeri di Kota Padang yang mengetahui dan belum pernah membeli produk *Lozy Hijab* di *TikTok*. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara *offline* menggunakan *Google Form* melalui *QR code*. Teknik analisis data menggunakan *Regresi Linear Berganda* dengan bantuan *software SPSS 32*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Content Marketing* berpengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap *Purchase Intention* produk *Lozy Hijab* di *TikTok*. *Influencer Marketing* berpengaruh positif namun tidak signifikan secara statistik terhadap *Purchase Intention* produk *Lozy Hijab* di *TikTok*. Sementara itu, *Brand Image* berpengaruh positif dan signifikan secara statistik terhadap *Purchase Intention* produk *Lozy Hijab* di *TikTok* pada mahasiswi Perguruan Tinggi Negeri di Kota Padang.

Kata Kunci: *Content Marketing*, *Influencer Marketing*, *Brand Image*, *Purchase Intention*, *TikTok*.

Pembimbing Skripsi



Yanti, S.E., M.M.

NIP. 196312291988032001