

ABSTRAK

Skripsi berjudul “Pengaruh *Live Streaming*, *Content Marketing*, dan *Voucher Diskon* Terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening” ini ditulis oleh Firda Oktaviana N., NIM. 126402201044, Pembimbing: Dr. Binti Nur Asiyah, M. Si.

Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen dihadapkan dua pilihan alternatif dimana untuk menentukan niat pembelian, konsumen perlu informasi akurat terkait produk yang disukainya. Perlunya memahami perilaku konsumen supaya konsumen yakin menentukan pembelian, dengan membangun strategi marketing yang tepat penjual akan lebih mudah meraih konsumen. Strategi pemasaran yang memanfaatkan trend kekinian melalui *content marketing* dan *live streaming*, akan menambah informasi konsumen tentang produk, serta pemberian promosi yang menarik berupa *voucher* diskon akan menambah yakin konsumen dalam keputusan pembeliannya. Tujuan penelitian: 1) menguji pengaruh *live streaming* terhadap kualitas pelayanan 2) menguji pengaruh *content marketing* terhadap kualitas pelayanan 3) menguji pengaruh *voucher* diskon terhadap kualitas pelayanan. 4) menguji pengaruh *live streaming* terhadap keputusan pembelian. 5) Menguji pengaruh *content marketing* terhadap keputusan pembelian. 6) menguji pengaruh *voucher* diskon terhadap keputusan pembelian. 7) menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. 8) menguji pengaruh *live streaming*, *content marketing*, dan *voucher* diskon terhadap keputusan pembelian dengan kualitas pelayanan sebagai variabel intervening.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Pengumpulan data melalui data primer. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Tulungagung dan diambil 110 sampel. Penelitian ini menggunakan path analysis dan diuji menggunakan SPSS 25.

Hasil penelitian: 1) *live streaming* berpengaruh negatif terhadap kualitas pelayanan. 2) *content marketing* berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan. 3) *voucher* diskon berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan pada masyarakat Tulungagung. 4) *live streaming* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 5) *content marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 6) *voucher* diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 7) kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 8) *live streaming*, *content marketing*, dan *voucher* diskon berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian melalui kualitas pelayanan sebagai variabel intervening. Dari hasil penelitian implikasi praktisnya yaitu penjual dapat menarik perhatian konsumen dengan mengidentifikasi tren yang berkembang serta menyediakan layanan sesuai dengan preferensi dan keinginan konsumen.

Kata Kunci: *Live Streaming*, *Content Marketing*, *Voucher Diskon*, *Kualitas Pelayanan*, *Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

The Thesis “Influence Live Streaming, Content Marketing , and Discount Vouchers Regarding Online Purchasing Decisions with Quality Service As Intervening Variable is researched by Firda Oktaviana N., NIM. 126402201044, advised by: Dr. Binti Nur Asiyah, M. Si.

Determine decision purchasing, consumer faced with two choices alternative where for determine intention purchasing, consumer need information accurate related the product he likes. Necessity understand behavior consumer so consumer certain determine purchase, with build the right marketing strategy seller will more easy reach consumer. Marketing strategies that take advantage of current trends through content marketing and live streaming, will add information consumer about product, as well giving interesting promotions form discount vouchers will add Certain consumer in decision the purchase. Research objectives: 1) Testing influence live streaming to quality service to the community. 2) Testing influence content marketing against quality service. 3) Testing influence discount vouchers to quality service. 4) Testing influence live streaming to decision purchasing. 5) Testing influence content marketing to decision purchasing. (6) Testing influence vouchers discount to decision purchasing. 7) test influence quality service to decision purchasing. 8) Testing influence live streaming, content marketing, and vouchers discount to decision purchase on line with quality service as intervening variables.

Study This use approach quantitative with type study associative. Data collection through primary data. As for population in study This is public Tulungagung and 110 samples were taken.

Study This use path analysis and tested using SPSS 25. Research results: 1) Live streaming influential negative to quality service. 2) Content marketing influential significant to quality service. 3) Vouchers discount influential significant to quality service. 4) Live streaming influential significant to decision purchasing. 5) Content marketing influential significant to decision purchasing. 6) Vouchers discount influential significant to decision purchasing. 7) Quality service influential significant to decision purchasing. 8) Live streaming, content marketing, and vouchers discount influential significant to decision purchase through quality service as intervening variable. From the results study implications practically that is seller can interesting attention consumer with identify growing trend as well as provide service in accordance with preferences and desires consumer.

Keywords: *Live Streaming, Content Marketing, Discount Vouchers, Quality Service, Purchasing Decisions*