

ABSTRAK

Judul Penelitian : **Pengaruh *Content Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian**

Dosen Pembimbing : Dra. Indah Listyani, M.M

: Brahma W K, S.E., M.M

Nama Mahasiswa : Estasia Putri Ragilita

NPM : 20.13021.0296

Abstraksi

Penelitian ini dilakukan di Mata Hati Cafe Kota Kediri dengan tujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh *content marketing* dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian pada Mata Hati Cafe Kota Kediri. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel insidental sampling populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen Mata Hati Cafe Kota Kediri yang tidak diketahui jumlahnya, dengan sampel sebanyak 100 responden yang didapatkan dengan menggunakan rumus Lemeshow. Analisis dilakukan menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R^2 . Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *content marketing* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. uji t $0.016 < 0.05$ dan *online customer review* memiliki nilai sig. uji t sebesar $0.001 < 0.05$. Secara simultan, *content marketing* dan *online customer review* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai sig. uji F sebesar $0.001 < 0.05$.

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