ABSTRAK

ULFI ARVINA. 2026. Pengaruh *Content Marketing*, *Online Customer Review*, dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee (Studi pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar). Skripsi. Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh: Moh. Aris Pasigai dan Syarifuddin Sulaiman

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing*, *online customer review*, dan *brand image* terhadap keputusan pembelian di *marketplace* shopee. Sampel penelitian terdiri dari 91 responden mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang ditentukan menggunakan teknik teknik non-probability sampling dengan pendekatan purposive sampling. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis yang diterapkan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, serta pengujian hipotesis menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial (uji t), *content marketing* memperoleh nilai t hitung 2,016 dengan signifikansi 0,047 < 0,05, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. *Online customer review* memperoleh nilai t hitung 1,981 dengan signifikansi 0,051 > 0,05, sehingga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sementara itu, *brand image* memperoleh nilai t hitung 2,523 dengan signifikansi 0,013 < 0,05, sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. secara simultan (uji F), *content marketing*, *online customer review*, dan *brand image* memperoleh nilai F hitung sebesar 41,004 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik *content marketing* dan *brand image* yang dimiliki, maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen di *marketplace* Shopee.

Kata Kunci: *Content Marketing*, *Online Customer Review*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian.