

ABSTRAK

Nama : Safinatun Naja
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh *Content marketing*, *Shopping lifestyle*, dan *User experience* terhadap Keputusan Pembelian di *Marketplace* Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIMAL Lhokseumawe)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing*, *shopping lifestyle*, dan *user experience* terhadap keputusan pembelian di *Marketplace* Shopee pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh Lhokseumawe. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner kepada 96 responden. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS Versi 21. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial *content marketing* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 2,287 dan signifikansi 0,024. Variabel *shopping lifestyle* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 3,433 dan signifikansi 0,001. Selanjutnya, *user experience* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 4,722 dan signifikansi 0,000. Secara simultan, ketiga variabel *independent* berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,540, yang menunjukkan bahwa 54% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *content marketing*, *shopping lifestyle*, dan *user experience*, sedangkan sisanya sebesar 46% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian.

Kata Kunci: *content marketing*, *shopping lifestyle*, *user experience*, keputusan pembelian.

.