

Hubungan Content Marketing dan Copywriting Di Aplikasi Tiktok Dengan Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening

ABSTRAK Oleh:

**Devina Martina
1761279**

**Dosen pembimbing :
Chusnul Rofi'ah,SE,MM**

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi pun ikut terus berkembang. Strategi pemasaran ikut berevolusi, dari metode pemasaran tradisional menjadi metode modern. Konsumen mulai lebih selektif dalam melakukan aktifitas pemilihan atau pembelian produk-produk kebutuhan sehari-hari. Perubahan perilaku masyarakat ini menjadi peluang bagi perusahaan untuk bersaing memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Perusahaan mulai memanfaatkan teknologi melalui *digital marketing*. Dalam dunia *digital marketing* konten menjadi sangat penting karena konten merupakan sebuah cara dalam menyampaikan pesan kepada *audiens*. Untuk membuat orang membeli, pemasar perlu mengetahui psikologi manusia dan memahami bagaimana sebuah keputusan dibuat. Dalam ilmu *marketing*, seni untuk menyusun kata-kata yang dapat mempengaruhi orang yang membaca untuk melakukan apa yang pemasar inginkan disebut sebagai *copywriting*.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian deskriptif dengan metode eksploratif dan pendekatan kuantitatif, objek dari penelitian ini adalah konsumen Scarlett Whitening. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis. Hasil penelitian ini adalah *content marketing* (X1) dan *copywriting* (X2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) Scarlett Whitening.

Kata kunci : *Content Marketing, Copywriting, Keputusan Pembelian*

The Relationship between Content Marketing and Copywriting in the TikTok Application with Purchase Decisions on Scarlett Whitening Products

ABSTRACT By:

**Devina Martina
1761279**

**Supervisor :
Chusnul Rofi'ah,SE,MM**

Along with the times, technology continues to develop. Marketing strategies have also evolved, from traditional marketing methods to modern methods. Consumers are starting to be more selective in selecting or purchasing daily necessities. This change in people's behavior is an opportunity for companies to compete to meet the needs and desires of the community. Companies are starting to take advantage of technology through digital marketing. In the world of digital marketing, content is very important because content is a way of conveying messages to the audience. To get people to buy, marketers need to know human psychology and understand how decisions are made. In marketing, the art of crafting words that can influence people who read them to do what marketers want is called copywriting.

The type of research used in this research is descriptive research with exploratory methods and quantitative approaches, the object of this research is Scarlett Whitening's consumer. The data analysis technique used is instrument test, classical assumption test, and hypothesis testing. The results of this study are content marketing (X1) and copywriting (X2) have a significant effect on purchasing decisions (Y) Scarlett Whitening.

Kata kunci : *Content Marketing, Copywriting, Buying Decision*