

**AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF CONTENT MARKETING,
INFLUENCERS, AND SOCIAL MEDIA ON CONSUMER
PURCHASE DECISIONS: A CASE STUDY OF FASHION
PRODUCTS AMONG TIKTOK USERS**

ARTIKEL

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Labuhanbatu



OLEH:

SRI SUWANTI
2201100172

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS LABUHANBATU
RANTAUPRAPAT
2026**

LEMBAR PENGESAHAN ARTIKEL

NAMA : SRI SUWANTI
NPM : 2201100172
PROGRAM STUDI : S-1 MANAJEMEN
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH CONTENT
MARKETING, INFLUENCER DAN SOSIAL
MEDIA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN (STUDI KASUS
PRODUK FASHION PENGGUNA TIKTOK)

RANTAUPRAPAT, 24 FEBRUARI 2026

DISETUJUI:

PEMBIMBING UTAMA

PITRIYANTI, SE, M.M
NIDN. 0107098902

PEMBIMBING PENDAMPING

USMALA DEWTI SIREGAR, S.S, M.Si
NIDN. 0104049402

MENYETUJUI:

DEKAN

Dr. ZULKARNAIN NASUTION, SE, M.Si
NIDN. 0116087401

KAPRODI MANAJEMEN

YUNIMAN ZEBUA, SE, M.Si
NIDN. 0117067201

LEMBAR PERNYATAAN ORIGINAL ARTIKEL

NAMA : _ SRI SUWANTI
NPM : _ 2201100172
PROGRAM STUDI : _ S-1 MANAJEMEN
JUDUL ARTIKEL : _ AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF CONTENT
MARKETING, INFLUENCERS, AND SOCIAL
MEDIA ON CONSUMER PURCHASE
DECISIONS: A CASE STUDY OF FASHION
PRODUCTS AMONG TIKTOK USERS

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu adalah hasil karya tulis penulis sendiri. Semua kutipan maupun rujukan dalam penulisan Skripsi ini telah penulis cantumkan sumbernya dengan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Jika di kemudian hari ternyata ditemukan seluruh atau sebagian Skripsi ini bukan hasil karya penulis atau plagiat, penulis bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang disandang dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Rantauprapat, 24 Februari 2026

Yang Membuat Pernyataan



SRI SUWANTI
NPM. 2201100172

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena Kasih dan Rahmad-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR, yang penulis berjudul: “AN ANALYSIS OF THE EFFECT OF CONTENT MARKETING, INFLUENCERS, AND SOCIAL MEDIA ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS: A CASE STUDY OF FASHION PRODUCTS AMONG TIKTOK USERS”. Adapun tujuan penyusunan TUGAS AKHIR ini adalah untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana MANAJEMEN (SM) pada program Studi MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada kedua orang tua yang telah banyak memberi dukungan baik materi maupun spiritual sehingga penulis dapat lebih semangat dalam menyelesaikan TUGAS AKHIR ini. Semua pihak yang memberikan bantuan berupa bimbingan maupun moral maupun material, yang terutama yang terhormat:

1. Bapak Assoc. Prof. Ade Parlaungan Nasution, SE, M.Si, Ph.D
Selaku Rektor Universitas Labuhanbatu
2. Bapak Dr. Zulkarnain Nasution, SE, M. Si, Selaku Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
3. Bapak Muhammad Irwansyah Hasibuan, SE, M. Si, Selaku Wakil
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
4. Bapak Yuniman Zebua, S.E., M.Si Selaku Ketua Program Studi
MANAJEMEN Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
5. Ibu Pitriyani, S.E., M.Si Dosen Pembimbing Utama yang telah
menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu
pengetahuan kepada penulis.

6. Ibu Usmala Dewi Siregar, S.S., M.Si Pembimbing Pendamping yang telah menyediakan waktu, pengarahan, bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Seluruh Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
8. Seluruh Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Labuhanbatu.
9. Seluruh teman-teman satu angkatan prodi MANAJEMEN yang memberikan motivasi untuk dapat menyelesaikan TUGAS AKHIR.

Akhir kata penulis berharap semoga TUGAS AKHIR dapat bermanfaat bagi para pembaca dan kita semua, sebagai bahan referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan khususnya di bidang studi MANAJEMEN.

Rantauprapat 26 Februari 2026
Penulis



SRI SUWANTI