

BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF

1.1 *Extended Abstract*

Pertumbuhan *social commerce* di Indonesia telah membuka peluang baru dalam pemasaran digital, salah satunya melalui *platform* TikTok Shop. Fenomena *live shopping* dan strategi *content marketing* menjadi inovasi penting dalam menarik perhatian dan mendorong keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *content marketing* dan *live shopping* terhadap keputusan pembelian produk @UneilHijab di TikTok Shop. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik survei melalui kuesioner kepada 100 responden, yaitu *followers* akun @UneilHijab yang telah melakukan pembelian. Penelitian ini meneliti variabel *content marketing* (kualitas konten, konsistensi, relevansi, dan keterlibatan) serta variabel *live shopping* (interaksi langsung, kejelasan informasi, pengalaman berbelanja, dan penawaran khusus).

Analisis dilakukan menggunakan SPSS versi 26 dengan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, serta uji asumsi klasik. Hasilnya menunjukkan bahwa baik *content marketing* maupun *live shopping* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua variabel ini secara simultan menjelaskan 71,4% variasi keputusan pembelian konsumen.

Temuan ini menunjukkan pentingnya integrasi antara konten pemasaran menarik dan sesi *live shopping* yang interaktif dalam strategi pemasaran digital. Bagi pelaku bisnis *fashion muslimah*, seperti @UneilHijab, strategi ini terbukti efektif dalam meningkatkan keterlibatan konsumen dan mendorong transaksi di TikTok Shop.

1.2 Penjadwalan Kerja

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mengikuti alur kerja dan penjadwalan yang telah disusun berdasarkan arahan dosen pembimbing dan ketentuan Program Studi D3 Manajemen Pemasaran. Seluruh tahapan pelaksanaan dirancang secara sistematis dan terstruktur untuk memastikan bahwa setiap bagian tugas akhir dan proses publikasi jurnal selesai sesuai target waktu yang telah ditentukan.

Penjadwalan ini disusun sebagai acuan pelaksanaan setiap tahapan penelitian, mulai dari pengajuan judul, penyusunan proposal, pengumpulan dan analisis data,

hingga publikasi artikel ilmiah. Jadwal tersebut berfungsi tidak hanya sebagai pedoman agar penulis dapat mengelola waktu secara efektif, tetapi juga sebagai alat bantu monitoring kemajuan oleh dosen pembimbing.

Secara keseluruhan, penjadwalan penelitian dan publikasi dilaksanakan selama kurang lebih enam bulan, dimulai dari November 2024 hingga Juli 2025. Kegiatan diawali dengan pengajuan judul pertama pada minggu pertama bulan November 2024. Jika judul pertama tidak disetujui, penulis menyiapkan pengajuan judul kedua pada minggu berikutnya. Setelah mendapatkan persetujuan, penulis memulai penyusunan Bab 1 pada minggu ketiga dan keempat bulan November.

Pada bulan Desember hingga Januari, penulis melanjutkan penyusunan Bab 1 dan Bab 2, serta memulai konsultasi dengan dosen pembimbing dan melakukan persiapan instrumen untuk pengumpulan data. Penyebaran kuesioner dan pengolahan data dilaksanakan sepanjang Februari hingga awal Maret. Setelah data terkumpul, penulis melanjutkan penyusunan Bab 3 dan Bab 4 hingga pertengahan Maret, kemudian menyiapkan artikel untuk dikirimkan ke *publisher* jurnal.

Pada akhir Maret hingga awal April, artikel dikirimkan ke jurnal untuk proses *review*. Setelah melalui tahap *review* awal, *Letter of Acceptance (LoA)* diterima pada minggu ketiga April. *Peer review* dikirimkan oleh pihak *publisher* pada minggu kedua Mei, dan penulis melakukan revisi artikel sesuai masukan *reviewer* hingga minggu ketiga Mei. Hasil revisi dikirimkan kembali, dan berdasarkan konfirmasi dari pihak *publisher*, artikel akhirnya diterbitkan secara resmi pada tanggal 1 Juli 2025, sedikit bergeser dari jadwal yang tertera dalam *Letter of Acceptance (LoA)*.

Dengan pembagian waktu dan tahapan tersebut, penulis berupaya agar seluruh rangkaian proses penyusunan tugas akhir dan publikasi artikel berjalan sesuai rencana dan selesai tepat waktu, sejalan dengan target akademik yang telah ditetapkan. Berikut adalah rincian jadwal pelaksanaan kegiatan penelitian:

Tabel 1. 1 Tabel Pelaksanaan Kerja

No	Deskripsi Kerja	November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan judul pertama																																				
2	Pengajuan judul kedua																																				
3	Acc judul dan pengerjaan BAB 1																																				
4	Pengerjaan BAB 1 dan BAB 2 serta persiapan untuk pengumpulan data																																				
5	Pengerjaan BAB 3 dan 4 serta menyiapkan artikel untuk dikirimkan ke <i>publisher</i> jurnal																																				
6	Jurnal dikirimkan ke <i>publisher</i> untuk proses <i>review</i>																																				
7	LoA di terima																																				

No	Deskripsi Kerja	November				Desember				Januari				Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
8	Peer review dikirim oleh pihak <i>publisher</i>																																				
9	Pengerjaan revisi dari <i>publisher</i> dan mengirimkan hasil revisi																																				
10	Jurnal terbitkan di <i>Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business (GRMAPB)</i>																																				