

**THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING, E-MAIL  
MARKETING, AND FACEBOOK ADS ON BUYING DECISION  
OF ONLINE ADVERTISING AGENCY WWW.HIGHFIVE.ID  
(Study Case on Online Business Owners in Jakarta)**

**By Thania Kusmalinda**

**Abstract**

*Marketing trends have turned from conventional marketing to online marketing. To reach a larger target market, marketers must maximize their online marketing strategies. In maximizing their online marketing strategies, marketers must be able to create strategies to touch consumers' hearts appropriately so they will have buying decision on the product or service offered. Some of the online marketing medias used in this study are Content Marketing, E-mail Marketing, and Facebook Ads as media promotions for consumers. This study aims to determine the influence of Content Marketing, E-mail Marketing, and Facebook Ads on Buying Decision of online advertising agency service. The population in this study are online business owners in Jakarta who use online advertising agency service to help them in market their products or services by SmartPLS 3.0 software with significance level of 5% (0.05). The results of this study are obtained (1)there are positive and significant effect of content marketing on buying decision for 57,1%, (2)there are negative and not significant effect of e-mail marketing on buying decision for 52%, (3)there are positive and significant effect of facebook on buying decision.*

**Keywords** : *content marketing, e-mail marketing, facebook ads, and buying decision*

**PENGARUH CONTENT MARKETING, E-MAIL  
MARKETING, DAN FACEBOOK ADS PADA KEPUTUSAN  
PEMBELIAN AGENSI IKLAN ONLINE WWW.HIGHFIVE.ID  
(Studi Kasus Pada Pemilik Bisnis Online di Jakarta)**

**Oleh Thania Kusmalinda**

**Abstrak**

Tren pemasaran telah bergeser dari pemasaran konvensional menjadi pemasaran online. Untuk menjangkau target pasar yang lebih besar, para pemasar harus memaksimalkan strategi pemasaran onlinenya. Dalam memaksimalkan strategi pemasaran online, pemasar harus bisa membuat strategi yang menyentuh hati konsumen dengan tepat agar terjadi keputusan pembelian akan produk atau layanan yang ditawarkan. Beberapa media pemasaran online yang digunakan dalam penelitian ini adalah Content Marketing, E-mail Marketing, dan Facebook Ads sebagai media promosi pada konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Content Marketing, E-mail Marketing, dan Facebook Ads terhadap Keputusan Pembelian perusahaan jasa agensi iklan online. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik bisnis online di Jakarta yang menggunakan agensi iklan online untuk membantu memasarkan produk atau layanannya dengan software SmartPLS 3.0 pada tingkat signifikansi 5% (0,05). Hasil dari pengujian diperoleh (1)terdapat pengaruh positif dan signifikan content marketing terhadap keputusan pembelian sebesar 57,1%, (2)terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan e-mail marketing terhadap keputusan pembelian sebesar 52,9%, (3)terdapat pengaruh positif dan signifikan facebook ads terhadap keputusan pembelian.

**Kata kunci** : content marketing, e-mail marketing, facebook ads, dan keputusan pembelian