



**ANALISIS PENGARUH KONTEN *REVIEW BEAUTY INFLUENCER*
PADA APLIKASI TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK *SKINCARE***

SKRIPSI / TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi persyaratan program S-1

Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi

Universitas Widya Kartika

Oleh :

Adinda Meidiva Putri

111.21.014

Pembimbing :

Dr. Erna Ferrinadewi, S.E., M.M.

NIP: 111/02.76.04.06/021

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA KARTIKA**

SURABAYA

2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi/Tugas Akhir ini sebagai persyaratan kelulusan Program Studi Strata Satu Universitas Widya Kartika Surabaya. Skripsi atau Tugas Akhir ini berjudul **“Analisis Pengaruh Konten *Review Beauty Influencer* pada Aplikasi TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare*”** dengan baik dan tepat waktu.

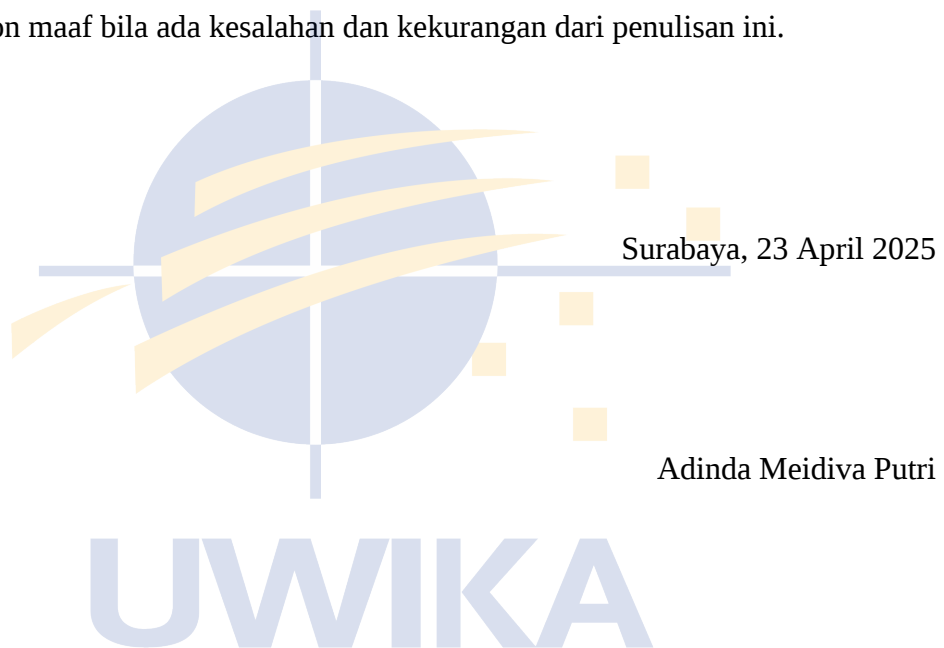
Penulis menyadari bahwa penulisan Skripsi atau Tugas Akhir ini masih memiliki beberapa kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun, sehingga dapat memberikan manfaat bagi penulis dan pembaca. Penyelesaian Skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan yang diberikan oleh berbagai pihak selama proses penulisan.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang terhormat kepada:

1. Kedua Orang Tua, kakak, serta keluarga penulis yang telah memberikan dukungan, motivasi, doa, serta nasihat agar penulis semangat dalam mengerjakan Skripsi atau Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Ibu Dr. Erna Ferrinadewi Kusnarsiyah, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen sekaligus Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan semangat kepada penulis.
3. Bapak Dr. Arief Budiman, B.S., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Kartika Surabaya sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, motivasi, dan semangat kepada penulis.
4. Bapak Filipus Priyo Suprobo, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas Widya Kartika.
5. Bapak Dr. Muis Murtadho S.E., M.M. selaku Dosen Wali dan Dosen Program Studi Manajemen yang telah mendampingi penulis selama masa studi di Universitas Widya Kartika.

6. Seluruh dosen Program Studi Manajemen yang telah memberi ilmu selama masa studi di Universitas Widya Kartika.
7. Seluruh karyawan Universitas Widya Kartika yang telah membantu dan memotivasi penulis.
8. Teman-teman yang telah menemani dan memberikan semangat penulis dalam mengerjakan Skripsi atau Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu.

Penulis berharap agar Skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan wawasan yang lebih bagi berbagai pihak. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan mohon maaf bila ada kesalahan dan kekurangan dari penulisan ini.



ABSTRAK

Adinda Meidiva Putri

Skripsi

Analisis Pengaruh Konten *Review Beauty Influencer* pada Aplikasi Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare*

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh relevansi konten, akurasi konten, dan nilai konten *review beauty influencer* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* di aplikasi TikTok. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel *non-probability sampling* menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada responden yang sesuai dengan kriteria. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan teknik *Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS)* dengan bantuan software *SmartPLS 4*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa relevansi konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*, akurasi konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*, serta nilai konten berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare*.

Kata kunci: konten *review, beauty influencer*, TikTok, keputusan pembelian, *skincare*

UWIKKA

ABSTRACT

Adinda Meidiva Putri

Thesis

Analysis of the Influence of Beauty Influencer Review Content on the TikTok Application on Skincare Product Purchase Decisions

This study aims to examine the effect of content relevance, content accuracy, and the value of beauty influencer review content on purchasing decisions for skincare products in the TikTok application. This research is a quantitative study with non-probability sampling technique using purposive sampling method with a total of 100 respondents. Data collection was carried out through questionnaires distributed to respondents who fit the criteria. The data obtained was analysed using Structural Equation Modeling-Partial Least Square (SEM-PLS) technique with the help of SmartPLS 4 software.

The results showed that content relevance has a positive and significant effect on purchasing decisions for skincare products, content accuracy has a positive and significant effect on purchasing decisions for skincare products, and content value has a positive and significant effect on purchasing decisions for skincare products.

Keywords: review content, beauty influencer, TikTok, purchasing decisions, skincare

UWIKARTIKA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
LEMBAR PENGESAHAN ORISINALITAS.....	ii
BERITA ACARA PENGESAHAN SIDANG AKHIR.....	iii
PERSETUJUAN SIDANG AKHIR.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Perbedaan dan Persamaan Penelitian.....	12
2.2.1 Perbedaan Penelitian.....	12
2.2.2 Persamaan Penelitian.....	12
2.3 Landasan Teori.....	13
2.3.2 Konten.....	18
2.3.4 <i>Video Review</i>	24
2.3.5 <i>Beauty Influencer</i>	27
2.3.6 Media Sosial.....	28
2.4 Hubungan Antar Konsep.....	30
2.5 Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian.....	32
3.2 Populasi dan Sampel.....	32
3.2.1 Populasi.....	32
3.2.2 Sampel.....	33
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.4 Identifikasi Variabel.....	33
3.4.1 Variabel Bebas.....	34

3.4.2 Variabel Terikat.....	34
3.5 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian.....	35
3.6 Teknik Analisa Data.....	35
3.7 Tahapan Penggunaan <i>Path Analysis</i>	36
3.8 Evaluasi Model.....	39
3.8.1 Evaluasi Outer Model.....	39
3.8.2 Evaluasi Inner Model.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden.....	42
4.2 Hasil Analisis Data.....	45
4.2.2 <i>R-Square</i>	47
4.2.3 <i>Path Coefficient</i>	47
4.2.4 Model Fit.....	48
4.3 Pembahasan.....	48
4.3.1 Pengaruh Relevansi Konten terhadap Keputusan Pembelian.....	48
4.3.2 Pengaruh Akurasi Konten terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.3.3 Pengaruh Nilai Konten terhadap Keputusan Pembelian.....	49
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	51
5.2.1 Saran Praktis.....	51
5.2.2 Saran Akademis.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 5 <i>Beauty Influencer</i> yang Menginspirasi di TikTok.....	6
Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Sekarang dengan Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3.1 Definisi Operasional dan Indikator Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Evaluasi <i>Outer Model</i>	39
Tabel 3.3 Evaluasi <i>Inner Model</i>	39
Tabel 4.1 Deskripsi Jenis Kelamin Responden.....	40
Tabel 4.2 Deskripsi Usia Responden.....	40
Tabel 4.3 Deskripsi Latar Belakang Responden.....	41
Tabel 4.4 Pandangan Responden terhadap Relevansi Konten <i>Beauty Influencer</i> ..	42
Tabel 4.5 Pandangan Responden terhadap Akurasi Konten <i>Beauty Influencer</i>	43
Tabel 4.6 Pandangan Responden terhadap Nilai Konten <i>Beauty Influencer</i>	44
Tabel 4.7 Keputusan Pembelian Responden pada Produk <i>Skincare</i> Rekomendasi <i>Beauty Beauty Influencer</i>	45
Tabel 4.8 <i>R-square</i>	47
Tabel 4.9 <i>Path Coefficient</i>	47
Tabel 4.10 Nilai Fit.....	48



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kategori Produk yang Diminati Konsumen Saat Belanja Online.....	1
Gambar 1.2 Kategori Jenis Konten Media Sosial yang Disukai Masyarakat Indonesia.....	3
Gambar 1.3 Kategori Sosok yang Mempengaruhi Perempuan Dalam Memilih Produk Kecantikan.....	4
Gambar 1.4 Kerusakan Wajah yang Diakibatkan Oleh Kesalahan Penggunaan Skincare.....	5
Gambar 1.5 Konten <i>review beauty influencer</i> Tasya Farasya di Tiktok.....	7
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 3.1 Alur Variabel.....	34
Gambar 3.2 Diagram Jalur.....	37
Gambar 3.3 Diagram Jalur.....	37
Gambar 4.1 <i>Loading Factor</i>	46

UWIKKA

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Kuesioner
- Lampiran 2 : Data Responden
- Lampiran 3 : Deskripsi Jawaban Responden
- Lampiran 4 : Hasil Analisa Data
- Lampiran 5 : Daftar Riwayat Hidup

