

HALAMAN MOTTO

“Completing this thesis has taught the value of independence and self-belief.

Every challenge faced became an opportunity to grow stronger and more

confident in pursuing personal goal”

(Taylor Swift)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas terselesaikannya penulisan skripsi ini, saya mempersembahkan karya ilmiah ini kepada:

1. Cinta pertama sekaligus teladan hidup penulis, Ayah tercinta Bapak Samsudin dan Ibu tercinta Ibu Kurniasih. Terima kasih atas doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang yang tulus, serta pengorbanan yang begitu besar dalam setiap langkah kehidupan penulis. Terima kasih atas nasihat, kesabaran, dan keikhlasan dalam mendampingi penulis, bahkan di saat penulis belum mampu menjadi yang terbaik. Semoga karya ini dapat menjadi salah satu wujud bakti dan kebanggaan untuk Ayah dan Ibu. Terima kasih telah menjadi tempat paling aman untuk pulang.
2. Dosen pembimbing, Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati, M.Si, yang telah dengan penuh kesabaran, ketelitian, serta komitmen tinggi membimbing dan memberikan arahan selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas ilmu, masukan, dan motivasi yang diberikan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Sahabat tersayang, Deta, Lanna, Eva, Kharisma, dan Wulan. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan, bantuan, dan semangat yang selalu diberikan selama masa perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, tawa, dan penguat di saat penulis merasa lelah. See you on top, guys!
4. Terakhir, penulis persembahkan untuk diri sendiri. Terima kasih “Nadaa” telah memilih untuk bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga titik ini. Terima

kasih telah menjadi pribadi yang kuat, sabar, dan terus belajar dari setiap proses kehidupan. Semoga karya ini menjadi awal untuk melangkah lebih jauh, menghargai diri sendiri, dan meraih masa depan yang lebih baik serta penuh makna.



ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Influencer Marketing, Brand Image, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di TikTok Shop. Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan kuisisioner dengan skala Likert dan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan koefisien determinasi dengan bantuan perangkat lunak SPSS 25 for windows. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa influencer marketing, brand image, dan online customer review berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian skincare Skinific di TikTok Shop.

Kata Kunci : *Influencer Marketing, Brand Image, Online Customer Review, Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Di TikTok Shop*



ABSTRACT

This study aims to determine the influence of influencer marketing, brand image, and online customer reviews on purchasing decisions for Skintific skincare products in the TikTok Shop. This study employed a quantitative approach with a purposive sampling method. Data collection used a questionnaire with a Likert scale and a sample size of 100 respondents. Data analysis techniques included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-tests, f-tests, and coefficients of determination using SPSS 25 for Windows software. The results of this study indicate that influencer marketing, brand image, and online customer reviews have a positive and significant influence on purchasing decisions for Skintific skincare products in the TikTok Shop.

Keywords: *Influencer Marketing, Brand Image, Online Customer Reviews, On Purchasing Decisions for Skintific Skincare Products in the TikTok Shop*



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Influencer Marketing*, *Brand Image*, dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Skintific Di TikTok Shop” dengan kemudahan dan kelancaran. Tanpa pertolongan-Nya mustahil kiranya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan benar. Semoga selalu dalam lindungan-Nya.

Skripsi ditulis untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen. Skripsi ini sebagai tolak ukur keberhasilan penulis dalam mengimplementasikan ilmu yang telah diperoleh selama menempuh kuliah dengan realita kehidupan nyata khususnya dalam bidang penelitian ilmiah. Terelesaiakannya skripsi ini tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Untuk kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan do’a sehingga penulis mampu menyusun skripsi.
2. Ibu Dr. Harini Abrilia Setyawati M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan serta motivasi dalam penyusunan skripsi ini.
3. Semua dosen dan civitas akademika Universitas Putra Bangsa yang telah memberikan ilmu, wawasan, arahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Kepada teman seperjuangan atas dukungan serta motivasi untuk terus semangat dalam menyelesaikan skripsi.
5. Semua pihak yang telah membantu melancarkan dalam penyusunan skripsi.

6. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih kurang dari sempurna, maka dari itu tidak lepas selalu ada saran dan kritik membangun yang dapat memperbaiki skripsi ini. Sekali lagi penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis dan kepada para pembaca umumnya.

Kebumen, 16 Februari 2026

Qothrunadaa Durrotulhikmah
NIM. 225504939



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iv
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAKSI	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	17
1.3. Batasan Masalah.....	19
1.4. Tujuan Penelitian.....	21
1.5. Manfaat Penelitian.....	22
BAB II.....	24
KAJIAN TEORI	24
2.1. Tinjauan Teori	24

2.1.1.	Keputusan Pembelian.....	24
2.1.2.	<i>Influencer Marketing</i>	32
2.1.3.	<i>Brand Image</i>	37
2.1.4.	<i>Online Customer Review</i>	41
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	46
2.3.	Hubungan Antar Variabel	48
2.4.	Model Empiris.....	50
2.5.	Hipotesis	51
BAB III		52
METODE PENELITIAN.....		52
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian	52
3.1.1.	Subjek Penelitian	52
3.1.2.	Objek Penelitian.....	52
3.2.	Variabel Penelitian	53
3.2.1.	Variabel Bebas (Independent Variable).....	53
3.3.	Definisi Operasional Variabel	53
3.4.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data.....	57
3.5.	Data dan Teknik Pengumpulan Data	59
3.5.1.	Jenis Data.....	59
3.5.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	60
3.6.	Populasi dan Sampel	62
3.6.1.	Populasi.....	62
3.6.2.	Sampel	62
3.7.	Teknik Analisis.....	64
3.7.1.	Analisis Deskriptif	64

3.7.2. Analisis Kuantitatif	65
BAB IV	77
ANALISIS DAN PEMBAHASAN	77
4.1. Analisis Deskriptif.....	77
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan	77
4.2.2. Karakteristik Responden.....	80
4.2. Analisis Statistik.....	84
4.2.1. Uji Intrumen.....	84
4.2.2. Uji Asumsi Klasik.....	88
4.2.3. Analisis Regresi Linear Berganda	93
4.2.4. Uji Hipotesis	95
4.2.5. Koefisien Determinasi (R^2).....	99
4.3. Pembahasan	100
4.3.1. Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	100
4.3.2. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian	101
4.3.3. Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	102
4.3.4. Pengaruh <i>Influencer Marketing, Brand Image, dan Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	103
BAB V.....	104
SIMPULAN	104
5.1. Simpulan.....	104
5.2. Keterbatasan	105
5.3. Implikasi.....	106
5.3.1 Implikasi Praktis	107
5.3.2 Implikasi Teoritis	109

DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	115



DAFTAR TABEL

Tabel I- 1 Negara Dengan Pengguna TikTok Terbesar di Dunia	2
Tabel I- 2 Brand Perawatan Wajah Terlaris di <i>E-Commerce</i> Indonesia (Kuartal II-2022)	5
Tabel I- 3 <i>Brand Skincare</i> dengan Pendapatan Tertinggi di TikTik Shop Selama Sepekan di Tahun 2023	5
Tabel I- 4 Hasil Observasi yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian <i>Skincare</i> Skintific di TikTokShop	7
Tabel I- 5 Top Brand Index (TBI) Kategori Pelembap Wajah Tahun 2025	12
Tabel II- 1 Penelitian Terdahulu	46
Tabel III- 1 Indikator dan Distribusi Variabel Keputusan Pembelian	54
Tabel III- 3 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Influencer Marketing</i>	55
Tabel III- 5 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Brand Image</i>	56
Tabel III- 7 Indikator dan Distribusi Variabel <i>Online Customer Review</i>	57
Tabel IV- 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	80
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	81
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	82
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel IV- 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	83
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian	85
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Influencer Marketing</i> (X1)	86
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X2)	86
Tabel IV- 9 Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Review</i> (X3)	86
Tabel IV- 10 Hasil Uji Reliabilitas	87
Tabel IV- 11 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov	89
Tabel IV- 12 Hasil Uji Multikolinearitas	91
Tabel IV- 13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	93
Tabel IV- 14 Hasil Uji Parsial (Uji t)	96
Tabel IV- 15 Hasil Uji Simultan (Uji F)	98
Tabel IV- 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris.....	50
Gambar IV- 1 Hasil Uji Normalitas	89
Gambar IV- 2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	115
Lampiran 2 Data Identitas Responden	119
Lampiran 3 Data Tabulasi Kuesioner	124
Lampiran 4 Uji Validitas	128
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	130
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	131
Lampiran 7 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	132
Lampiran 8 Uji Hipotesis	133
Lampiran 9 R Tabel.....	134
Lampiran 10 T Tabel	137
Lampiran 11 F Tabel	140
Lampiran 12 Kartu Bimbingan Skripsi.....	143
Lampiran 13 Kartu Seminar Proposal Skripsi	144

