

HALAMAN MOTTO

“Apa yang kamu mulai sendiri harus bisa kamu selesaikan sendiri, hidup tidak harus selalu bergantung kepada orang lain karena sejatinya di hidup yang hanya sekali ini tidak ada yang bisa disandari selain pundak kita sendiri”

~Kebumen, 29 Juni 2026~



HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur yang amat besar atas segala nikmat berupa kesehatan, kekuatan, dan inspirasi yang sangat banyak dalam proses menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini berupa karya ilmiah yang penulis persembahkan untuk:

1. Kepada orang tua saya Bapak Edi Puspito dan Ibu Winarsih, kedua orang tua yang sangat berjasa pada hidup saya yang selalu mengusahakan pendidikan anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Kepada Bapak saya, terimakasih atas semua kerja kerasnya dan tekatnya untuk menyekolahkan anaknya ini hingga jenjang S1. Dan untuk Ibu saya, terima kasih atas segala doa dan dukungannya yang selalu mendampingi setiap langkah anakmu ini agar menjadi seorang yang berpendidikan, terima kasih atas kasih sayang tanpa batas yang tak pernah lekang oleh waktu, atas kesabaran dan pengorbanan yang selalu mengiringi perjalanan hidup saya.
2. Untuk adik perempuan saya satu-satunya Ravena Puspita terima kasih telah memberi warna dihidup saya dengan berbagai pertengkaran dan perdebatan kita dirumah.
3. Kepada Ibu Dosen Aisyah Astinadia Siregar S.Par., M.Sc. Terima kasih telah menjadi dosen sekaligus teman saya, terima kasih telah menguatkan dan meyakinkan saya untuk tidak berhenti kuliah saat semester 5 hingga saat ini telah berhasil menyelesaikan skripsinya.

4. Terima kasih atas semua nasihat dan dukungannya kepada saya hingga saya berhasil menjadi orang yang lebih sabar dan ikhlas.
5. Terima kasih kepada teman seperjuangan saya Amanda Mauri Putri yang dari awal hingga akhir menulis skripsi ini selalu bersama dan membantu saya ketika saya sedang kesusahan dan juga menunggu saya agar sama- sama berproses dan hingga sekarang berhasil selesai bersama.
6. Terima kasih kepada teman saya Afifah Uma dan Septi Silviana Putri telah menemani dan menjadi sandaran ketika saya butuh hiburan dan menjadi teman nongkrong dan cerita yang baik.
7. Terima kasih kepada teman yang sudah saya anggap seperti saudara saya Nisa Nala Sabila, orang baik yang selalu sabar, memberikan nasihat, memberikan tempat ketika saya sedang sedih dan memberikan tempat ketika saya butuh ketenangan. Terima kasih telah menampung saya selama hampir setiap bulan di Jogja.
8. Terima kasih kepada Mas Denny Caknan, dan Simpatik Music yang telah menemani serta menghibur saya selama proses menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAKSI

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, telah mengubah cara konsumen memperoleh informasi mengenai produk kecantikan. Salah satu produk yang banyak diminati adalah Toner Skin1004, yang dipromosikan *melalui beauty influencer, brand ambassador*, serta didukung oleh online customer review. Ketiga faktor tersebut diduga mampu memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *beauty influencer, brand ambassador*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian Toner Skin1004 di media sosial TikTok, baik secara parsial maupun simultan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei. Populasi penelitian adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan Toner Skin1004 serta menggunakan media sosial TikTok. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *beauty influencer, brand ambassador*, dan *online customer review* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Toner Skin1004 secara parsial. Selain itu, ketiga variabel tersebut juga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kredibilitas beauty influencer, semakin tepat pemilihan brand ambassador, serta semakin positif online customer review yang diterima konsumen, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian Toner Skin1004 di media sosial TikTok. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus mengoptimalkan strategi pemasaran melalui kolaborasi dengan *beauty influencer*, pemilihan *brand ambassador* yang sesuai dengan citra merek, serta menjaga kualitas produk agar memperoleh ulasan positif dari konsumen.

Kata Kunci: *Beauty Influencer, Brand Ambassador, Online Customer Review, Keputusan Pembelian, TikTok.*

ABSTRACT

The development of social media, particularly TikTok, has changed the way consumers obtain information about beauty products. One highly sought-after product is Skin1004 Toner, which is promoted through beauty influencers, brand ambassadors, and supported by online customer reviews. These three factors are thought to influence consumer purchasing decisions. This study aims to analyze the influence of beauty influencers, brand ambassadors, and online customer reviews on purchasing decisions for Skin1004 Toner on TikTok, both partially and simultaneously. This study used a quantitative research method with a survey approach. The study population was consumers who had purchased and used Skin1004 Toner and used TikTok. The sampling technique used purposive sampling with a sample size of 100 respondents. Data collection was conducted through questionnaires using a Likert scale. Data analysis included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t- tests, F-tests, and coefficients of determination using SPSS version 25. The results showed that beauty influencers, brand ambassadors, and online customer reviews had a positive and significant influence on purchasing decisions for Skin1004 Toner, partially. Furthermore, these three variables simultaneously had a positive and significant effect on consumer purchasing decisions. The study concluded that the greater the credibility of the beauty influencer, the more appropriate the selection of brand ambassadors, and the more positive online customer reviews consumers received, the higher the purchase decision for Skin1004 Toner on TikTok. Therefore, the company is advised to continue optimizing its marketing strategy by collaborating with beauty influencers, selecting brand ambassadors that align with the brand image, and maintaining product quality to garner positive consumer reviews.

Keywords: Beauty Influencer, Brand Ambassador, Online Customer Review, Purchase Decision, TikTok.

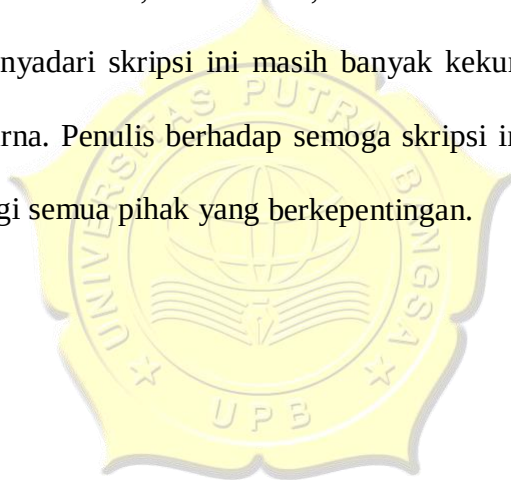
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, *BRAND AMBASSADOR*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TONER SKIN1004 DI MEDIA SOSIAL TIKTOK”**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S-1) pada program studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.

Tersusunnya skripsi ini tidak lepas dari peran semua pihak yang telah membantu penulis. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. Gunarso, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Putra Bangsa Kebumen.
2. Bapak Parmin, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putra Bangsa Kebumen.
3. Bapak Kabul Trifiyanto, S.E., MBA. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
4. Segenap dosen dan sivitas Akademik Universitas Putra Bangsa Kebumen yang telah membantu dalam menyusun skripsi ini.

5. Kedua orang tua yang telah memberikan semangat, do'a dan dukungan penuh sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Semua responden yang telah memberikan waktunya kepada penulis untuk mengisi data yang sangat membantu keberlangsungan penulis skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu skripsi dari awal sampai akhir yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.
8. Semoga Allah SWT memberikan balasan baik kepada semua pihak yang telah membantu, memotivasi, dan memberikan bantuan penulis. Penulis menyadari skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.



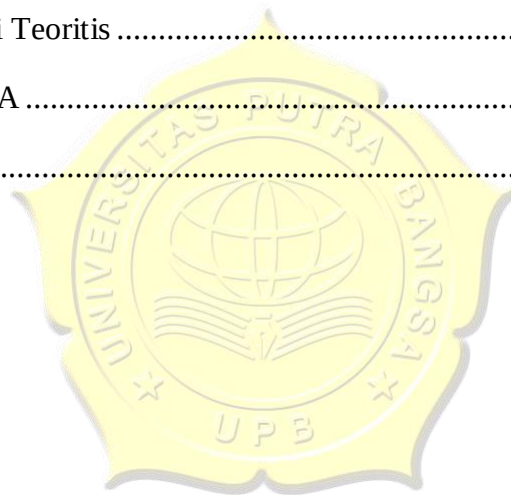
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	iii
HALAMAN BEBAS PLAGIARISME	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	9
1.3. Batasan Masalah	10
1.4. Tujuan Penelitian	12
1.5. Manfaat Penelitian	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1. Tinjauan Teori	14
2.1.1. Keputusan Pembelian	14

2.1.2.	<i>Beauty Influencer</i>	18
2.1.3.	<i>Brand Ambassador</i>	22
2.1.4	<i>Online Customer Review</i>	25
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3.	Hubungan Antar Variabel.....	32
2.3.1.	Pengaruh <i>Beauty Influencer</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	32
2.3.2.	Pengaruh <i>Brand Ambassador</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	33
2.3.3.	Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian 33	
2.3.4.	Pengaruh <i>Beauty Influencer</i> , <i>Brand Ambassador</i> , dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian	34
2.4.	Model Empiris.....	36
2.5.	Hipotesis	36
BAB III.....		38
METODE PENELITIAN.....		38
3.1.	Objek dan Subjek Penelitian.....	38
3.1.1.	Objek Penelitian	38
3.1.2.	Subjek Penelitian.....	38
3.3.	Variabel Penelitian	39
3.3.	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.3.1.	Keputusan Pembelian	40
3.3.2.	<i>Beauty Influencer</i>	41
3.3.3.	<i>Brand Ambassador</i>	42
3.3.4.	Online Customer Review.....	43
3.3.	Instrumen atau Alat Pengumpulan Data	44

3.4.	Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.4.1.	Jenis Data	45
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.5.	Populasi dan Sampel.....	47
3.5.1.	Populasi.....	47
3.5.2.	Sampel	47
3.5.3.	Teknik Pengambilan Sempel.....	48
3.6.	Teknik Analisis	50
3.6.1.	Analisis Deskriptif.....	50
3.6.2.	Analisis Kuantitaif.....	50
3.7.1.	Uji Validitas	50
3.7.2.	Uji Reabilitas.....	51
3.7.3.	Uji Asumsi Klasik	52
3.7.4.	Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
3.7.5.	Uji Hipotesis.....	55
BAB IV		58
ANALISIS DAN PEMBAHASAN		58
4.1.	Analisis Deskriptif.....	58
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	58
4.1.2.	Distribusi Kuesioner	59
4.1.3.	Karakteristik Responden.....	59
4.2.	Analisis Statistik.....	62
4.2.1.	Uji Validitas	62
4.2.2.	Uji Reliabilitas.....	65
4.2.3.	Uji Asumsi Klasik	66

4.2.4. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4.2.5. Uji Hipotesis.....	70
4.3. Pembahasan.....	74
BAB V.....	78
KESIMPULAN	78
5.1. Kesimpulan	78
5.2. Keterbatasan.....	80
5.3. Implikasi	80
5.3.1 Implikasi Praktis	80
5.3.2 Implikasi Teoritis	81
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	87



DAFTAR TABEL

Tabel I-1 Jumlah pengguna TikTok di seluruh dunia tahun 2020 hingga 2025.....	1
Tabel I-2 Negara dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak per Juli 2024.....	2
Tabel I-3 Sumber Utama Informasi Seputar Skincare Media Sosial 2025	3
Tabel I-4 Produk Toner Paling Diminati Per tahun 2025	4
Tabel II-1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel III-1 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian ..	40
Tabel III-2 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Beauty Influencer	42
Tabel III-3 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Brand Ambassador	43
Tabel III-4 Indikator dan Distribusi Kuesioner Variabel Online Customer Review	44
Tabel IV- 1 Data Distribusi Kuesiner	59
Tabel IV- 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	60
Tabel IV- 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel IV- 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	61
Tabel IV- 5 Hasil Uji Validitas <i>Beauty Influencer X1</i>	63
Tabel IV- 6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Ambassador X2</i>	63
Tabel IV- 7 Hasil Uji Validitas <i>Online Customer Review X3</i>	64
Tabel IV- 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian Y.....	64
Tabel IV- 9 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel IV- 10 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel IV- 11 Hasil Uji Normalitas Variabel Penelitian.....	68
Tabel IV- 12 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	69
Tabel IV- 13 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	71
Tabel IV- 14 Hasil Uji Simultan (Uji F)	73
Tabel IV- 15 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar II- 1 Model Empiris	36
Gambar IV- 1 Hasil Uji Heterokedastisitas Variabel Penelitian	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	87
Lampiran 2 Data Responden	91
Lampiran 3 Tabulasi Data Kuesioner	95
Lampiran 4 Uji Validitas.....	99
Lampiran 5 Uji Reliabilitas	102
Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik.....	103
Lampiran 7 Uji Hipotesis	105
Lampiran 8 Kartu Peserta Seminar	106
Lampiran 9 Kartu Bimbingan Skripsi.....	107

