

PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER*, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*, DAN *ONLINE CUSTOMER RATING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* NPURE FACE TONER

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis



Oleh:

FADIA CHUSNUL MA'RIFAH
NBI 1122000060

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2024

**PENGARUH BEAUTY INFLUENCER, ONLINE
CUSTOMER REVIEW, DAN ONLINE CUSTOMER
RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK SKINCARE NPURE FACE TONER**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Administrasi Bisnis**



Oleh:

**FADIA CHUSNUL MA'RIFAH
NBI.1122000060**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fadia Chusnul Ma'rifah

NBI : 1122000060

Judul : Pengaruh *Beauty Influencer*, *Online Customer Review* dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Npure Face Toner

Surabaya, 27 Juni 2023

**Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya**

**Disetujui oleh
Dosen Pembimbing I**

**Dr. Dra. Ayun Maduwiniarti, M.P
NPP. 20.120.870.103**

**Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S
NPP. 20.120.860.057**

TANDA PENGESAHAN

**Dipertahankan di depan Sidang Depan Sidang Dewan Penguji
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya, dan diterima untuk memenuhi gelar syarat guna memperoleh
gelar sarjana pada tanggal 27 Juni 2023**

Dewan Penguji:

1. Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M.S
Ketua Penguji

2. Dra. Diana Juni Mulyati, M. M
Anggota

3. Dra. Awin Mulyati, M. M
Anggota

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20.120.870.103

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Fadia Chusnul Ma'rifah

NBI : 1122000060

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul Skripsi : Pengaruh *Beauty Influencer*, *Online Customer Review*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Npure Face Toner

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (Undang – undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 27 Juni 2023

Yang membuat pernyataan



(Fadia Chusnul Ma'rifah)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fadia Chusnul Ma'rifah
NBI : 1122000060
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Administrasi Bisnis
Jenis Karya : Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Praktek

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul :

"Pengaruh *Beauty Influencer*, *Online Customer Rewiew*, dan *Online Customer Rating* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Npure Face Toner"

Dengan *Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam bentuk pangkatan data(database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 27 Juni 2024

Yang Menyatakan,


(Fadia Chusnul Ma'rifah)

ABSTRAK

Beauty influencer di media social menjadi kunci dalam meningkatkan visabilitas dan penjualan produk kecantikan, selain itu *online customer review* dan *online customer rating* juga mempengaruhi keputusan pembelian. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *beauty influencer*, *online customer review*, dan *online customer rating* terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Npure Face Toner. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif untuk menganalisis keterkaitan antar variabel - variabel tersebut. Partisipan penelitian ini terdiri dari 100 responden yang berdomisili di Surabaya Timur. Pengambilan sampel menggunakan teknik *non-probability*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan *beauty influencer*, *online customer review*, dan *online customer rating* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Npure Face Toner. Penelitian ini mengindikasikan pentingnya strategi pemasaran digital yang melibatkan *beauty influencer* dan manajemen aktif terhadap ulasan serta penilaian pelanggan untuk meningkatkan penjualan produk *skincare* Npure Face Toner. Rekomendasi untuk perusahaan termasuk peningkatan kampanye promosi dengan melibatkan *beauty influencer* dan responsif terhadap ulasan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Kata Kunci: *Beauty Influencer, Online Customer Review, Online Customer Rating, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Beauty influencers on social media are key in increasing visibility and sales of beauty products, besides that online customer reviews and online customer ratings also influence purchasing decisions. The purpose of this study was to determine whether beauty influencers, online customer reviews, and online customer ratings on purchasing decisions for Npure Face Toner skincare products. This study uses a quantitative method with an associative approach to analyze the relationship between these variables. The participants in this study consisted of 100 respondents who live in East Surabaya. Sampling using non-probability techniques. The results of this study indicate that partially and simultaneously beauty influencers, online customer reviews, and online customer ratings have a positive and significant influence on purchasing decisions for Npure Face Toner skincare products. This research indicates the importance of digital marketing strategies involving beauty influencers and active management of customer reviews and ratings to increase sales of Npure Face Toner skincare products. Recommendations for the company include increasing promotional campaigns involving beauty influencers and being responsive to customer reviews to increase customer satisfaction.

Keywords: *Beauty Influncer, Online Customer Review, Online Customer Rating, Purchase Decision*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum wr.wb

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi dengan judul *PENGARUH BEAUTY INFLUENCER, ONLINE CUSTOMER REVIEW, DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE NPURE FACE TONER* ini dengan baik.

Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana strata-1 di Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari sepenuhnya tanpa bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, Tugas Akhir Skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih banyak yang tulus kepada:

1. Tuhan saya Allah SWT, karena diberi nikmat sehat, keadaan yang mendukung untuk mengerjakan skripsi hingga diberi jalan untuk kemudahan dan kelancaran.
2. Bapak Dr. Mulyanto Nugroho, MM. CMA. CPAI. Selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu Dr. Ayun Madu Winarti, MP. MM. Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Bapak Drs. Agung Pujiyanto, M. M. Selaku wakil dekan Fakultas Universitas Ilmu social dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya sekaligus dosen pembimbing II yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada saya selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M. M. Selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

6. Bapak Drs. Ute Chairuz M. Nasution, M. S. selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan banyak waktu untuk memberikan bimbingan serta arahan kepada saya selama proses penyusunan skripsi ini hingga terselesaikan dengan baik.
7. Kedua orang tua saya yang tiada henti memberikan doa yang tulus, kasih sayang, dukungan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini
8. Kakak saya yang telah mendukung saya dari awal masuk perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan ini.
9. Seorang laki laki dari program studi Teknik Mesin angkatan 2020 selaku kekasih saya, terimakasih telah menjadi sosok pendamping yang setia dalam segala hal, yang sudah meluangkan waktunya, menemani dan mendukung bahkan menghibur dalam kesedihan.
10. Teman-teman seperjuangan Prodi Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang telah banyak membantu dan memberikan dorongan dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Terakhir, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya karna telah bertanggung jawab untuk menyelesaikan apa yang telah di mulai. Terimakasih karna terus berusaha dan tidak menyerah, serta senantiasa menikmati setiap proses yang bisa dibilang tidak mudah. Terimakasih sudah bertahan.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir ini masih banyak kekurangan. Saran dan kritik dan saran yang membangun akan penulis dengan senang hati, demi memperbaiki penulisan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 27 Juli 2024

Penulis,

Fadia Chusnul Ma'rifah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	14
2.2.1 Pemasaran.....	14
2.2.2 Bauran Pemasaran.....	15
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	16
2.2.4 Periklanan	18
2.2.5 <i>Beauty Influencer</i>	20

2.2.6 <i>Electronic Word of Mouth (e-WOM)</i>	23
2.2.7 <i>Online Customer Review</i>	24
2.2.8 <i>Online Customer Rating</i>	27
2.2.9 <i>Perilaku Konsumen</i>	29
2.2.10 <i>Keputusan Pembelian</i>	30
2.3 <i>Definisi Konsep</i>	34
2.4 <i>Definisi Operasional</i>	35
2.5 <i>Pola Hubungan antar Variabel</i>	36
2.6 <i>Hipotesis</i>	38
BAB III METODELOGI PENELITIAN	39
3.1 <i>Rancangan Penelitian</i>	39
3.2 <i>Populasi dan Sampel</i>	39
3.2.1 <i>Populasi</i>	39
3.2.2 <i>Sampel</i>	40
3.3 <i>Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian</i>	41
3.3.1 <i>Pengukuran</i>	41
3.3.2 <i>Instrumen Penelitian</i>	42
3.4 <i>Jenis Data dan Sumber Data</i>	43
3.4.1 <i>Jenis Data</i>	43
3.4.2 <i>Sumber Data</i>	43
3.5 <i>Teknik Pengumpulan Data</i>	43
3.6 <i>Teknik Analisis Data</i>	44
3.6.1 <i>Uji Instrumen</i>	44
3.6.2 <i>Uji Asumsi Klasik</i>	44
3.6.3 <i>Uji Hipotesis</i>	45
BAB IV PENYAJIAN DATA, ANALISIS DAN PEMBAHASAN	49
4.1 <i>Penyajian Data</i>	49
4.1.1 <i>Gambaran Objek Penelitian</i>	49

4.1.2 Karakteristik Data	50
4.1.3 Uji Instrumen.....	52
4.2 Tabulasi Data	54
4.2.1 Rekapitulasi Jawaban Responden	68
4.3 Analisis Data.....	75
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	75
4.3.2 Uji Analisis Regresi Berganda	80
4.3.4 Uji Hipotess	81
4. 4.4 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	84
4.4 Pembahasan.....	85
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Rekomendasi	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peningkatan Kosmetik di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Penjualan Skincare di E-commerce	2
Gambar 2. 1 Tahapan Proses Keputusan Pembelian.....	32
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	37
Gambar 4. 1 Logo Npure	49

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top brand toner wajah terlaris di e-commers	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	9
Tabel 2. 2 Indikator variabel	35
Tabel 3. 1 Skala Likert	41
Tabel 3. 2 Skala Interval	42
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah	52
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian	52
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Penelitian	53
Tabel 4. 7 Tabulasi Data <i>Beauty Influencer</i>	54
Tabel 4. 8 Tabulasi Data <i>Online Customer Review</i>	58
Tabel 4. 9 Tabulasi Data <i>Online Customer Rating</i>	61
Tabel 4. 10 Tabulasi Data Variabel Keputusan Pembelian	65
Tabel 4. 11 Skala Interval	69
Tabel 4. 12 Hasil Deskrpsi Variabel <i>Beauty Influncer</i>	69
Tabel 4. 13 Hasil Deskrpsi Variabel <i>Online Customer Review</i>	71
Tabel 4. 14 Hasil Deskrpsi Variabel <i>Online Customer Rating</i>	73
Tabel 4. 15 Hasil Deskrpsi Variabel Keputusan Pembelian	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner	95
Lampiran 2 Tabulasi	99
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	112
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsiklasik.....	116
Lampiran 5 Hasil Uji Hipotesis.....	119
Lampiran 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	120
Lampiran 7 Kartu Bimbingan	121
Lampiran 8 Surat Keterangan Uji Turnitin	123
Lampiran 9 Hasil Uji Turnitin.....	124
Lampiran 10 Lembar Revisi Ujian Skripsi.....	125