PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* BANG HALIM TERHADAP MINAT BELI PARFUM PADA *FOLLOWERS* TIKTOK @BANGHALIM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh:

Muhammad Afril Lusdianto

NBI. 1152200485

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* BANG HALIM TERHADAP MINAT BELI PARFUM PADA *FOLLOWERS* TIKTOK @BANGHALIM

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi

Oleh:

Muhammad Afril Lusdianto

NBI. 1152200485

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

2026

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	:	**Muhammad Afril Lusdianto**
NBI	:	**1152200485**
Program Studi	:	**Ilmu Komunikasi**
Judul	:	**Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Bang Halim Terhadap Minat Beli Parfum Pada *Followers* Tiktok @banghalim**

Surabaya, 11 Juni 2026

Mengetahui, **Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik** **Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**	**Disetujui Oleh,** **Dosen Pembimbing 1**
Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S	**Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom**
NPP. 20110.86.0062	**NPP. 20130.88.0165**

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 11 Juni 2026

Dewan Penguji:

1. **Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom** ( )
   Ketua
2. **Muchamad Rizqi, S.I Kom., M.Med.Kom** ( )
   Anggota I
3. **Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M.Med. Kom** ( )
   Anggota II

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S
NPP. 20110.86.0062

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Muhammad Afril Lusdianto
NBI	:	1152200485
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Judul	:	Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Bang Halim Terhadap Minat Beli Parfum Pada *Followers* Tiktok @Banghalim

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 dicantumkan sumber dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan dengan 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, 11 Juni 2026



(Muhammad Afril Lusdianto)

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 Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	:	Muhammad Afril Lusdianto
NBI	:	1152200485
Fakultas	:	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Jenis Karya	:	Skripsi

Demi perkembangan Ilmu Pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)**, atas karya saya yang berjudul:

"Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Bang Halim Terhadap Minat Beli Parfum pada *Followers* Tiktok @banghalim"

Dengan **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif *(Non-exclusive Royalty-Free Right)*** Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, serta mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Surabaya
Pada tanggal : 11 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Muhammad Afril Lusdianto)

HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِيْمِ
(Bismillahirrahmanirrahim)

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat, karunia, dan ridha-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Setiap proses, tantangan, dan hambatan yang dihadapi dapat dilalui berkat pertolongan serta kekuatan yang diberikan oleh-Nya.

MOTTO HIDUP

""Melamban bukanlah hal yang tabu, ini hanya sementara, bukan ujung dari rencana." (Perunggu – 33x)

Skripsi ini penulis persembahkan kepada:

Orang Tua dan Keluarga Tercinta

khususnya Ayah dan Ibu yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti. Terima kasih atas setiap nasihat, semangat, dan kepercayaan yang menjadi kekuatan bagi penulis dalam menyelesaikan pendidikan ini.

Teman-Teman dan Sahabat

yang telah menjadi bagian dari perjalanan akademik penulis. Terima kasih atas dukungan, kebersamaan, bantuan, serta motivasi yang diberikan selama masa perkuliahan hingga penyelesaian skripsi ini.

Dosen Pembimbing Skripsi

Bapak Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom dan Ibu Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan, bimbingan, serta motivasi selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran dan ilmu yang telah diberikan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama	:	Muhammad Afril Lusdianto
Tempat, Tanggal Lahir	:	Sidoarjo, 12 April 2003
Alamat	:	Jln. Mangkurejo RT/RW 010/005 Kel. Kwangsan, Kec. Sedati, Kab. Sidoarjo
Kebangsaan	:	Indonesia
Jenis Kelamin	:	Laki-Laki
Setatus Perkawinan	:	Belum Menikah
Agama	:	Islam
No. Telp	:	0821- 4119 - 7419
Email	:	muhammadafrillusdianto@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Jenjang	Sekolah/Instansi/Universitas	Jurusan	Periode
SD	MI Darun Najah Kwangsan	-	2011 – 2017
SMP	SMP Plus Arroudhoh	-	2017 – 2019
SMK	SMK Antartika 2 Sidoarjo	Teknik Komputer dan Jaringan(TKJ)	2019 – 2021
Strata -1	Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya	Ilmu Komunikasi	2022 – 2026

Pengalaman Kerja

No	Perusahaan	Jabatan	Periode
1	PT. FunMax Tour and Travel	Staff Administrasi dan Editor	2025
2	Padang_Visual	Fotografer	2022 – Sekarang

RINGKASAN

Muhammad Afril Lusdianto, 2026, **Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Terhadap Minat Beli Parfum pada *Followers* TikTok @banghalim**

Perkembangan pemasaran digital melalui TikTok telah meningkatkan peran influencer dalam membentuk minat beli konsumen, khususnya pada produk parfum yang tidak dapat dievaluasi secara langsung melalui media digital sehingga kredibilitas influencer menjadi faktor yang penting. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas *influencer* Bang Halim terhadap minat beli parfum pada *followers* TikTok @banghalim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif dan metode survei. Sebanyak 100 responden dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan SPSS versi 27 melalui uji validitas, reliabilitas, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji t. Penelitian ini didasarkan pada Teori Stimulus-Response (S-R) dan Teori Kredibilitas Sumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas influencer Bang Halim berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli parfum followers TikTok @banghalim. Hal tersebut dibuktikan melalui nilai t hitung sebesar 9,727 dengan signifikansi < 0,001 serta nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,491. Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi persepsi followers terhadap kredibilitas Bang Halim, semakin tinggi pula minat beli parfum yang direkomendasikan. Kredibilitas *influencer* terbukti menjadi faktor penting dalam komunikasi pemasaran digital dan pembentukan respons konsumen.

Kata Kunci: Kredibilitas Influencer, Minat Beli, TikTok, Parfum, Komunikasi Pemasaran Digital

SUMMARY

Muhammad Afril Lusdianto, 2026, ***The Influence of Influencer Credibility of Bang Halim on Purchase Intention for Perfume Among TikTok Followers of@banghalim***

The growth of digital marketing through TikTok has strengthened the role of influencers in shaping consumer purchase intention, particularly for perfume products that cannot be directly evaluated through digital media, making influencer credibility a crucial factor. This study aims to analyze the influence of Bang Halim's influencer credibility on perfume purchase intention among TikTok followers of @banghalim. The research employed a quantitative approach with an explanatory research design and survey method. A total of 100 respondents were selected using purposive sampling. Data were collected through questionnaires and analyzed using SPSS version 27 through validity testing, reliability testing, simple linear regression, coefficient of determination, and t-test analysis. The study was grounded in the Stimulus-Response (S-R) Theory and Source Credibility Theory. The findings reveal that Bang Halim's influencer credibility has a positive and significant effect on followers' purchase intention. This result is evidenced by a t-value of 9.727 with a significance level below 0.001 and a coefficient of determination (R^2) of 0.491. The study indicates that the higher the followers' perception of Bang Halim's credibility, the higher their intention to purchase the recommended perfume products. Influencer credibility is therefore proven to be an important factor in digital marketing communication and consumer response formation.

Keywords: *Influencer Credibility, Purchase Intention, TikTok, Perfume, Digital Marketing Communication*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Bang Halim Terhadap Minat beli Parfum Pada *Followers* TikTok @banghalim"**. Penyusunan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak, baik secara moril maupun materil. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Bapak Mohammad Insan Romadhan, S.I.Kom., M.Med.Kom. selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Ssosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
5. Bapak Drs. Edy Sudaryanto, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Satu yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Hajidah Fildzahun Nadhilah Kusnadi, S.Sos., M.A. selaku Dosen Pembimbing dua yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berarti kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
7. Ibu A.A.I. Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom, selaku Dosen Wali yang telah memberikan arahan dan dukungan sejak awal semester.
8. Seluruh dosen pengajar dan staff program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang telah memberikan pembelajaran serta ilmunya dari saya

semester 1 hingga saat ini semester 8 di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

9. Teruntuk kedua orang tua penulis, Bapak Lusmadi dan Ibu Rupini. Terima kasih atas cinta, doa, pengorbanan, dan dukungan yang tidak pernah putus. Kalian adalah sumber kekuatan dan alasan utama penulis terus berusaha, Tidak ada kata yang mampu menggambarkan besarnya cinta, pengorbanan, dan ketulusan yang telah kalian berikan. Sejak langkah pertama hingga hari ini, Terima kasih atas doa dan dukungan yang tidak pernah lepas, Serta motivasi saya dalam menyelesaikan skrispi ini hingga tuntas.
10. Terima kasih kepada teman sekaligus sahabat saya "Utusan Ilahi" Obi, Isa, Santana, Fauzan, Rian, Oktavian, Bintang, Mansiz yang telah memberikan semangat dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
11. Untuk teman seperjuangan saya Krissanty, Fio, Yuan, Kevin, Novi, Rachel, Dzi, Macha terimakasih telah memberikan semangat dan dukungan dari awal kuliah hingga menyelesaikan skripsi ini.
12. Saya ucapkan terimakasih juga kepada teman seperjuangan prodi ilmu komunikasi angkatan 2022 kelas sore yang telah berteman dengan penulis dari awal semester hingga akhir semester.
13. Semua Pihak yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih atas semua doa, kebahagiaan, dan dukungannya

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi.

Surabaya, 11 Juni 2026

(Muhammad Afril Lusdianto)

DAFTAR ISI

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI i

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI ii

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS iii

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS iv

HALAMAN PERSEMBAHAN v

DAFTAR RIWAYAT HIDUP vi

RINGKASAN vii

SUMMARY viii

KATA PENGANTAR ix

DAFTAR ISI xi

DAFTAR GAMBAR xiv

DAFTAR TABEL xv

DAFTAR BAGAN xviii

DAFTAR LAMPIRAN xix

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang 1

1.2 Permasalahan Dan Rumusan Masalah 7

1.3 Tujuan Penelitian 7

1.4 Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 9

2.1 Penelitian Terdahulu 9

2.2 Landasan Teori 14
2.2.1 Teori Stimulus Response 14
2.2.2 Teori Kredibilitas Sumber 16
2.3 Penjelasan Konsep 17
2.3.1 Konsep Komunikasi Pemasaran 17
2.3.2 Konsep Influencer 20
2.3.3 Konsep Kredibilitas 22
2.3.4 Konsep Minat Beli 23
2.3.5 Konsep TikTok 24
2.3.6 Konsep Followers 26
2.4 Operasional Konsep 27
2.4.1 Kredibilitas Influencer 27
2.4.2 Minat Beli 28
2.5 Kerangka Berpikir 29
2.6 Hipotesis 30
BAB III METODE PENELITIAN 31
3.1 Pendekatan Penelitian 31
3.2 Jenis Penelitian 31
3.3 Populasi dan Sampel 32
3.3.1 Populasi 32
3.3.2 Sampel 32
3.4 Instrumen Penelitian dan Pengukuran 33
3.4.1 Instrumen Penelitian 33
3.4.2 Pengukuran 33
3.5 Teknik Pengumpulan Data 34
3.6 Teknik Analisis Data 34
3.7 Uji Asusmsi Klasik 35
3.8 Definisi Konsep dan Operasional Variabel 38
3.8.1 Definisi Konsep 38
3.8.2 Operational Variabel 43
BAB IV HASIL PENELITIAN 45

4.1 Gambaran Objek Penelitian 45
4.1.1 Gambaran Umum 45
4.1.2 Gambaran Objek Bang Halim 45

4.2 Hasil Uji coba 46
4.2.1 Uji Validitas Variabel X Kredibilitas Influencer 47
4.2.2 Uji Validitas Variabel Y Minat Beli 48
4.2.3 Uji Reliabilitas variable X Kredibilitas Influencer 49
4.2.4 Uji Reliabilitas variable Y Minat Beli 49

4.3 Karakteristik Responden 49

4.4 Penyajian Data 53
4.4.1 Distribusi Jawaban Responden Variabel X 53
4.4.2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Y 64
4.4.3 Uji Normalitas 78
4.4.4 Uji Linieritas 80
4.4.5 Uji Heterokedasitas 80
4.4.6 Analisis Regresi Linear Sederhana 81
4.4.7 Koefisiensi Determinasi 83
4.4.8 Uji T 84

4.5 Pembahasan 85
4.5.1 Pengaruh Kredibilitas Influencer Bang Halim Terhadap Minat Beli Parfum Pada Followers Tiktok @banghalim 87
4.5.2 Implikasi Teori Stimulus Respons Dalam Penelitian 88
4.5.3 Implikasi Teori Kredibilitas Sumber Dalam Penelitian 90

BAB V PENUTUP 93

5.1 Kesimpulan 93

5.2 Rekomendasi 95
5.2.1 Rekomendasi Bagi Brand Parfum 95
5.2.2 Rekomendasi Bagi Influencer dan Konten Kreator 96
5.2.3 Rekomendasi Bagi Peneliti Selanjutnya 96
5.2.4 Rekomendasi bagi Follower dan Konsumen 97

DAFTAR PUSTAKA 99

LAMPIRAN 104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Social Media User Kompas.com 1
Gambar 1. 2 Profile Akun TikTok @banghalim.....2

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 10
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert 34
Tabel 3. 2 Tabel Operational Variabel X.....44
Tabel 3. 3 Tabel Operational Variabel Y.....44
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel X Kredibilitas Influencer.....47
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Y Minat Beli 48
Tabel 4. 3 Uji Reliabilitas Variabel X.....49
Tabel 4. 4 Uji Reliabilitas Variabel Y 49
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....50
Tabel 4. 6 Karakteristik responden Menonton Konten TikTok Bang Halim 50
Tabel 4. 7 Karakteristik Responden Membeli Parfum Rekomendasi Bang Halim 51
Tabel 4. 8 Karakteristik Responden yang Follow TikTok @banghalim...52
Tabel 4. 9 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Kepercayaan ..53
Tabel 4. 10 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Kepercayaan 54
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Kepercayaan 54
Tabel 4. 12 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Kepercayaan 55
Tabel 4. 13 Distribusi Jawaban Responden pada Item Indikator Kepercayaan 56
Tabel 4. 14 Distribusi Jawaban Responden pada Item Indikator Kepercayaan 56
Tabel 4. 15 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keahlian 57
Tabel 4. 16 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keahlian 57
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keahlian 58
Tabel 4. 18 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keahlian 58
Tabel 4. 19 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keahlian2 59
Tabel 4. 20 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keahlian 60
Tabel 4. 21 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Daya Tarik ...60
Tabel 4. 22 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Daya Tarik ...61
Tabel 4. 23 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Daya Tarik ...62

Tabel 4. 24 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Daya Tarik ...62
Tabel 4. 25 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Daya Tarik ...63
Tabel 4. 26 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Daya Tarik ...63
Tabel 4. 27 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Transaksi.....64
Tabel 4. 28 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Transaksi.....65
Tabel 4. 29 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Transaksi.....65
Tabel 4. 30 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Transaksi.....66
Tabel 4. 31 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Transaksi.....66
Tabel 4. 32 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Transaksi.....67
Tabel 4. 33 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Referensial.....68
Tabel 4. 34 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Referensial.....68
Tabel 4. 35 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Referensial.....69
Tabel 4. 36 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Referensial.....69
Tabel 4. 37 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Referensial.....70
Tabel 4. 38 Tabel Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Referensial.....71
Tabel 4. 39 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Preferensial.....71
Tabel 4. 40 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Preferensial.....72
Tabel 4. 41 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Preferensial.....72

Tabel 4. 42 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Preferensial 73
Tabel 4. 43 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Keinginan Preferensial 74
Tabel 4. 44 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator *Explanatory Activity* 74
Tabel 4. 45 ribusi Jawaban Responden pada Indikator Explanatory Activity 75
Tabel 4. 46 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Explanatory Activity 76
Tabel 4. 47 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator *Explanatory Activity* 76
Tabel 4. 48 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator Explanatory Activity 77
Tabel 4. 49 Distribusi Jawaban Responden pada Indikator *Explanatory Activity* 77
Tabel 4. 50 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test 78
Tabel 4. 51 Uji linieritas 80
Tabel 4. 52 Uji Heterokedasitas 80
Tabel 4. 53 Analisis Regresi Linear Sederhana 81
Tabel 4. 54 Koefiensi Determinasi 83
Tabel 4. 55 Uji T 84

DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 50
Bagan 4. 2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Menonton Konten TikTok Bang Halim..... 51
Bagan 4. 3 Diagram Karakteristik Responden Membeli Parfum Rekomendasi Bang Halim 52
Bagan 4. 4 Diagram Karakteristik Responden Followers TikTok @banghalim. 53
Bagan 4. 5 Diagram P-P Plot 79
Bagan 4. 6 Diagram *Scatterplot* 81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner Penelitian 105
Lampiran 1. 2 Jawaban Responden Variabel X 110
Lampiran 1. 3 Jawaban Responden Variabel Y 113
Lampiran 1. 4 Uji Validitas Variabel X 117
Lampiran 1. 5 Uji Validitas Variabel Y 118
Lampiran 1. 6 Hasil Uji Releaabilitas Variabel X 119
Lampiran 1. 7 Hasil Uji Releabilitas Variabel Y 119
Lampiran 1. 8 Hasil Uji Normalitas 120
Lampiran 1. 9 Hasil Uji Linieritas 121
Lampiran 1. 10 Hasil Uji Heteroskedasitas 121
Lampiran 1. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana 121
Lampiran 1. 12 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi 122
Lampiran 1. 13 Hasil UJI T 122
Lampiran 1. 14 Kartu Bimbingan 123
Lampiran 1. 15 Lembar Turnitin 125
Lampiran 1. 16 Lembar Revisi Ujian Skripsi 128