

**PENGARUH KREDIBILITAS *BEAUTY VLOGGER*  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK KECANTIKAN  
PIXY**

**(Studi Kuantitatif Pada *Viewers* YouTube PIXY Channel Abel  
Cantika)**

**SKRIPSI**

**Oleh:  
Mustika Hardiyati  
201610415209**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
2020**

## LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan PIXY (Studi Kuantitatif Pada *Viewers* PIXY Channel Abel Cantika)

Nama Mahasiswa : Mustika Hardiyati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415209

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 24 November 2020



Pembimbing I

Pembimbing II

**Dr. Ari Sulistanto. S.Sos., M.I.Kom**

NID. 0303077002

**Rina Sovianti, S.IP, M.I.Kom**

NID. 0301047107

## LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Beauty Vlogger* dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Kecantikan PIXY (Studi Kuantitatif Pada *Viewers* PIXY Channel Abel Cantika)

Nama Mahasiswa : Mustika Hardiyati

Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415209

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 24 November 2020

Jakarta, 15 Desember 2020

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Nurul Fauziah, S.Sos., M.I.Kom .....  
NID. 0321048302

Penguji I : Dr. Ari Sulistanto, S.Sos., M.I.Kom .....  
NID. 0303077002

Penguji II : Metha Madonna, S.Sos., M.I.Kom .....  
NID. 0318087603

MENGETAHUI

Ketua Program Studi

Ilmu Komunikasi

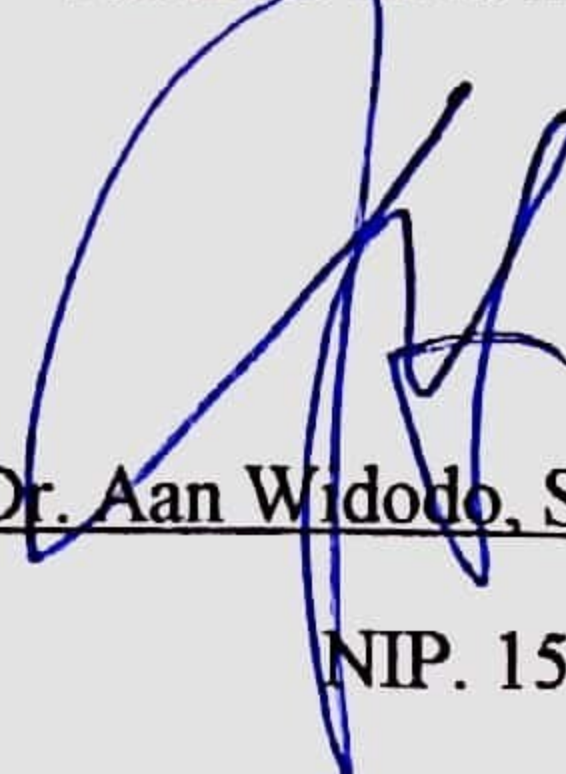


Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 1904409

Dekan

Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Pengaruh Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan PIXY (Studi Kuantitatif Pada Viewers YouTube PIXY Channel Abel Cantika).

Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangandalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Desember 2020

Yang membuat pernyataan,



Mustika Hardiyati

201610415209

## ABSTRAK

**Mustika Hardiyati. 201610415209.** Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan PIXY (Studi Kuantitatif Pada *Viewers* YouTube PIXY *Channel* Abel Cantika)

Kehadiran pemasaran digital membuat perusahaan semakin berpikir keras agar mendapatkan banyak cara untuk memperkenalkan brand maupun suatu produknya ke khalayak luas. Salah satunya dengan menggunakan *influencer* untuk mengiklankan brand atau suatu produk. Seorang *influencer* yang memiliki kredibilitas yang baik yaitu Abel Cantika sebagai *beauty vlogger* Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas *beauty vlogger* terhadap minat beli produk kecantikan PIXY. Terdapat dua variabel dalam penelitian ini yaitu variabel X kredibilitas *beauty vlogger* (keahlian, kepesonaan, dan kesamaan) dan variabel Y minat beli (kesadaran akan kebutuhan, keinginan untuk mencoba produk, dan adopsi/terbiasa menggunakan produk). Penelitian ini menggunakan metode survey dengan pendekatan kuantitatif, dengan responden 100 orang.

Hasil penelitian ini berdasarkan pada perhitungan analisis data yang menggunakan SPSS 20 bahwa analisis korelasi *Pearson Moment*, korelasi Sub-Variabel *beauty vlogger* diperoleh hasil 0,805 sedangkan korelasi Sub-Variabel minat beli diperoleh hasil 0,805. Temuan penelitian ini menyimpulkan bahwa kredibilitas *beauty vlogger* (Variabel X) memiliki pengaruh atau hubungan yang sangat kuat terhadap minat beli.

Kata kunci: Kredibilitas *Beauty Vlogger*, minat beli, produk kecantikan, konsumen

## ABSTRACT

**Mustika Hardiyati. 201610415209.** *The impact of credibility of beauty vlogger on buying interest in Pixy beauty products (Quantitative study on YouTube viewers Pixy Channel Abel*

*The presence of digital marketing makes the company increasingly think hard in order to get many ways to introduce the brand and a product to a wide audience. One of them is by using influencers to advertise a brand or a product. An influencer who has good credibility is Abel Cantika as an Indonesian beauty vlogger. This study aims to find out how much influence the credibility of beauty vloggers on the interest in buying PIXY beauty products. There are two variables in this study namely variable X credibility beauty vlogger (expertise, specificity, and similarity) and variable Y buying interest (awareness of the need, desire to try the product, and adoption / accustomed to using the product). This research uses survey method with quantitative approach, with 100 respondents.*

*The results of this study were based on the calculation of data analysis using SPSS 20 that Pearson Moment correlation analysis, Sub-Variable correlation beauty vlogger obtained results of 0.805 while correlation sub-variable buying interest obtained results of 0.805. The findings of this study concluded that the credibility of beauty vloggers (Variable X) has a very strong influence or relationship to buying interest.*

*Keywords: Beauty Vlogger credibility, buying interests, beauty products, consumers*

## KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama Allah SWT yang maha pengasih lagi maha penyayang. Penulis panjatkan puji dan syukur atas kehadirat-Nya yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyusun proposal skripsi ini dengan baik dengan judul penelitian Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan PIXY (Studi Kuantitatif Pada *Viewers* YouTube PIXY Channel Abel Cantika).

Skripsi ini merupakan tugas wajib dan syarat untuk dapat menyelesaikan penelitian dalam mendapatkan gelas Sarjana (S1). Sebagai bahan penelitian ini diambil berdasarkan hasil praktek, observasi dan beberapa sumber yang mendukung penelitian ini. Skripsi ini telah penulis susun semaksimal mungkin dan pastinya dengan bantuan dari berbagai pihak, sehingga penulis mampu menyusun skripsi ini dengan tepat waktu. Dengan itu penulis sangat berterima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu menyusun Skripsi ini. Terutama kepada Allah SWT dan keluarga tercinta penulis atas segala kasih sayang, perhatian serta dukungannya selama penulisan Skripsi ini berlangsung.

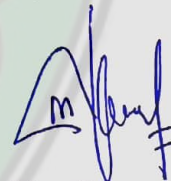
Penulis menyadari sepenuhnya bahwa terdapat banyak kekurangan mulai dari susunan bahasa maupun penulisan yang ada di dalam Skripsi ini. Oleh karena itu izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Ari Sulistanto. S.Sos., M.I.Kom selaku Pembimbing I Skripsi yang telah membimbing penulis dalam menyusun ide penelitian serta sistematika penulisan.
5. Ibu Rina Sovianti, S.I.P, M.I.Kom selaku Pembimbing II Skripsi yang telah membimbing penulis dalam menyusun teknik penulisan penelitian.

6. Putri Shofa Choirunnisa yang selalu memberikan support penuh kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Skripsi.
7. Aryo Wijayanto yang senantiasa memberikan dukungan, perhatian, serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi
8. Alma Ainun Hildayana yang selalu memotivasi, dan mengingatkan penulis untuk menyelesaikan penulisan Skripsi ini.
9. Seluruh teman-teman mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi kelas D (A4) angkatan 2016 yang sudah banyak membantu dalam menyelesaikan penulisan Skripsi

Serta seluruh pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh sekali dari kata sempurna, oleh sebab itu sangat terbuka bagi penulis untuk dapat menerima saran serta kritik dari pembaca sehingga penulis dapat memperbaiki Skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan para pembaca.

Jakarta, 28 November 2020



Mustika Hardiyati



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	xvi
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Identifikasi Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	7
1.5 Kegunaan Penelitian .....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis .....	7

1.5.2	Kegunaan Praktis.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>		<b>8</b>
2.1	Tinjauan Penelitian Terdahulu .....	8
2.2	Tinjauan Teoritik.....	9
2.3	Tinjauan Konseptual .....	10
2.3.1	Komunikasi Pemasaran .....	10
2.3.2	Media Sosial YouTube .....	11
2.3.3	Video Blog (Vlog).....	12
2.3.4	<i>Beauty Vlogger</i> .....	12
2.3.5	<i>Celebrity Endorser</i> Sebagai <i>Beauty Vlogger</i> .....	13
2.3.6	Kredibilitas ( <i>Credibility</i> ) .....	14
2.3.7	<i>Attraction</i> (Daya Tarik).....	15
2.3.8	Minat Beli Konsumen.....	16
2.3.9	Indikator Keputusan Pembelian .....	17
2.4	Kerangka Pemikiran .....	18
2.5	Hipotesis.....	19
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>		<b>20</b>
3.1	Jenis penelitian .....	20
3.2	Metodologi Penelitian .....	21
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	22
3.4	Teknik Pengumpulan Data .....	24
3.5	Populasi dan Teknik Sampling.....	26
3.5.1	Populasi .....	26
3.5.2	Teknik Sampling .....	26
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	27
3.6.1	Validitas .....	27
3.6.2	Reliabilitas.....	28
3.7	Metode Pengolahan Data .....	31
3.8	Teknik Analisis Data.....	32
3.9	Teknik Pengujian Hipotesis .....	34

3.10	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	35
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>38</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	38
4.1.1	Gambaran Umum PIXY.....	38
4.1.2	Logo PIXY .....	38
4.1.3	Hasil Uji Pretest Validitas dan Reliabilitas .....	39
4.2	Karakteristik Responden .....	43
4.3	Deskriptif Statistik Variabel Penelitian.....	45
4.3.1	Variabel Independen X (Beauty Vlogger).....	45
4.3.2	Variabel Independen Y (Minat Beli).....	64
4.4	Hasil Uji Hipotesis .....	77
4.5	Pembahasan.....	81
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>94</b>
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran.....	94
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>		
<b>LAMPIRAN</b>		

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1. Persentase Penggunaan Media Sosial Di Indonesia.....	2
Gambar 1.2. <i>Review Make Up PIXY</i> Abel Cantika.....	5
Gambar 3.1. Jumlah Penduduk di Kota Bekasi Kecamatan Medan Satria Tahun 2018 .....	26
Gambar 4.1. Logo PIXY .....	39
Gambar 4.2 Kurva Uji Hipotesis.....	81



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel .....	23
Tabel 3.2. Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi .....	30
Tabel 3.3. Uji Preset Validitas X ( <i>Beauty Vlogger</i> ).....	30
Tabel 3.4. Uji Pretest Validitas Y (Minat Beli) .....	31
Tabel 3.5. Reliabilitas Penelitian .....	32
Tabel 3.6. Uji Pretest Reliabilitas Variabel X ( <i>Beauty Vlogger</i> ).....	32
Tabel 3.7. Uji Pretest Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli).....	33
Tabel 3.8. Hasil Uji Korelasi.....	33
Tabel 4.1. Uji Pretest Validitas X ( <i>Beauty Vlogger</i> ) .....	40
Tabel 4.2. Uji Pretest Validitas Y (Minat Beli) .....	41
Tabel 4.3. Reliabilitas Penelitian .....	42
Tabel 4.4. Uji Pretest Reliabilitas Variabel X ( <i>Beauty Vlogger</i> ).....	43
Tabel 4.5. Uji Pretest Reliabilitas Variabel Y (Minat Beli).....	43
Tabel 4.6. Hasil Uji Korelasi.....	43
Tabel 4.7. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur .....	44
Tabel 4.8. Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4.9. Responden Berdasarkan pernah menonton beauty vlogger .....	45
Tabel 4.10. Responden Berdasarkan Pernah Melihat Video “NYOBAIN PRODUK BARU PIXY!! (Unboxing, swatch & review)” Dalam Channel YouTube Abel Cantika .....	46
Tabel 4.11. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 1 .....	46
Tabel 4.12. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 2 .....	47
Tabel 4.13. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 3 .....	48
Tabel 4.14. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 4.....	49
Tabel 4.15. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 5 .....	50

Tabel 4.16. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 6.....	51
Tabel 4.17. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 7.....	52
Tabel 4.18. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 8.....	53
Tabel 4.19. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 9.....	54
Tabel 4.20. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 10.....	55
Tabel 4.21. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 11.....	56
Tabel 4.22. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 12.....	56
Tabel 4.23. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 13.....	57
Tabel 4.24. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 14.....	58
Tabel 4.25. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 15.....	59
Tabel 4.26. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 16.....	60
Tabel 4.27. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 17.....	61
Tabel 4.28. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 18.....	62
Tabel 4.29. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 19.....	63
Tabel 4.30. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 20.....	64
Tabel 4.31. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 1.....	64
Tabel 4.32. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 2.....	65
Tabel 4.33. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 3.....	66
Tabel 4.34. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 4.....	67
Tabel 4.35. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 5.....	68
Tabel 4.36. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 6.....	69
Tabel 4.37. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 7.....	70
Tabel 4.38. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 8.....	71
Tabel 4.39. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 9.....	71
Tabel 4.40. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 10.....	72
Tabel 4.41. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 11.....	73
Tabel 4.42. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 12.....	74
Tabel 4.43. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 13.....	75
Tabel 4.44. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 14.....	75
Tabel 4.45. Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Butir 15.....	76

Tabel 4.46. Uji Hipotesis .....	77
Tabel 4.47. <i>Variable Entered/Removed</i> <sup>a</sup> .....	78
Tabel 4.48. <i>Model Summary</i> .....	79
Tabel 4.49. Tabel Anova.....	79
Tabel 4.50. Koefisien Analisis Regresi Sederhana .....	80



## DAFTAR BAGAN

Halaman

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran.....	18
------------------------------------	----





## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1: Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2: Hasil Data SPSS

LAMPIRAN 3: Dokumentasi

LAMPIRAN 4: Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 5: Form Perbaikan

