

**PENGARUH *INFLUENCER REVIEW* DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP MINAT PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE*
SKINTIFIC (STUDI KASUS DI UNIVERSITAS BHAYANGKARA
JAKARTA RAYA)**

SKRIPSI

Oleh:

Novia Rahmawati

202010325002



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Review* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk *Skincare* Skintific (Studi Kasus Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Novia Rahmawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325002

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

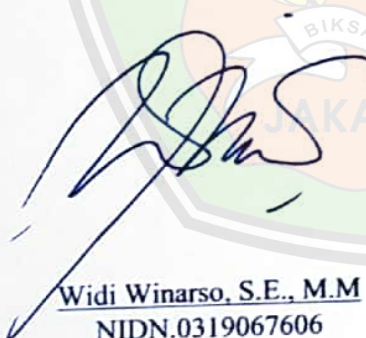
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Januari 2024


Jakarta, 02 Februari 2024

MENYETUJUI,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN.0319067606


Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M
NIDN.0327059101

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Influencer Review* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk *Skincare Skintific* (Studi Kasus Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)

Nama Mahasiswa : Novia Rahmawati

Nomor Pokok Mahasiswa : 202010325002

Program Studi/Fakultas : Manajemen/Ekonomi dan Bisnis

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 24 Januari 2024

Jakarta, 02 Februari 2024

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Milda Handayani, S.E., M.M
NIDN.0330087504

Sekretaris Tim Penguji : Dra. Rini Wijayaningsih, S.E., M.M
NIDN.0328056302

Penguji : Widi Winarso, S.E., M.M
NIDN.0319067606

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi

Manajemen

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M
NIDN.0327037601

Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak
NIDN.0318107101

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "**Pengaruh *Influencer Review* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk *Skincare Skintific* (Studi Kasus Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)**" adalah 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 pada kemudian hari ditemukan kecurangan pengutipan dalam 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 memberi 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, Februari 2024

Yang membuat pernyataan,



Novia Rahmawati
NPM.202010325002

ABSTRAK

Novia Rahmawati 202010325002. Pengaruh *Influencer Review* Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk *Skincare* Skintific.

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti, menguji, dan mengkaji pengaruh variabel independen *influencer review* dan kualitas produk terhadap variabel dependen minat pembelian produk *skincare* Skintific pada mahasiswi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Sampel penelitian ini sebesar 140 orang mahasiswi. Adapun jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan langsung dari responden dengan menggunakan instrument penelitian berupa kuesioner melalui Google Form dan teknik pengambilan sampel *purposive sampling*. kemudian hasil data diolah menggunakan aplikasi olah data SPSS 26. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa *influencer review* dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat pembelian produk *skincare* Skintific baik secara parsial maupun simultan.

Kata Kunci: *Influencer Review*, Kualitas Produk, dan Minat Pembelian.



ABSTRACT

Novia Rahmawati 202010325002. *The Influence of Influencer Reviews and Product Quality on Purchase Interest in the Skintific Skincare Brand.*

This research aims to research, test and assess the influence of the independent variables influencer reviews and product quality on the dependent variable interest in purchasing Skintific skincare products among female students at Bhayangkara University, Jakarta Raya. The sample for this research was 140 female students. This type of research uses a quantitative approach. Data was collected directly from respondents using research instruments in the form of questionnaires via Google Form and purposive sampling techniques. then the data results are processed using the SPSS 26 data processing application. The results of this research prove that influencer reviews and product quality have a positive and significant effect on.

Keywords: Influencer Reviews, Product Quality, and Purchase Interest.



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT segala rahmat dan karunia yang telah dilimpahkan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Shallallahu ‘Alaihi Wasallam. Laporan proposal yang berjudul **“Pengaruh *Influencer Review* dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Produk *Skincare Skintific* (Studi Kasus Di Universitas Bhayangkara Jakarta Raya)”**. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian skripsi ini diberi semangat, dorongan, dukungan, bimbingan, serta motivasi dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Dengan segala hormat dan kerendahan hati penulis menyampaikan terima kasih kepada:

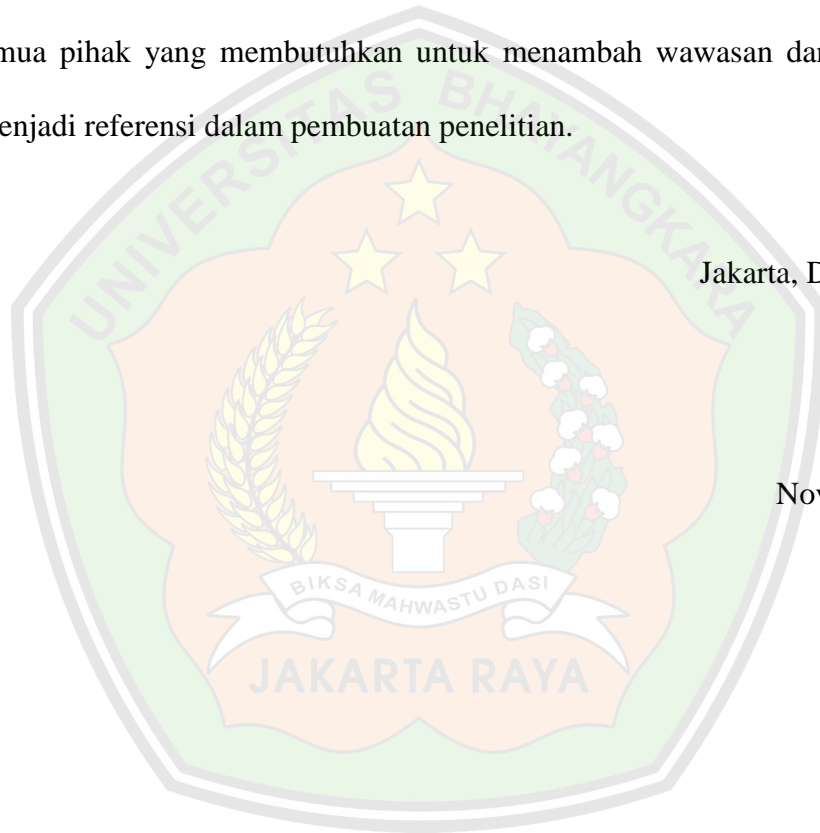
1. Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, S.H., M.M. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Prof. Dr. Istianingsih, S.E., M.S.Ak. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Dr. Dovina Navanti, S.T., M.M. selaku Kepala Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Widi Winarso, S.E., M.M. dan Kardinah Indrianna Meutia, S.Pi., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan kepada penulis khususnya dalam pembuatan penelitian skripsi ini.

5. Matdio Siahaan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya yang telah memberikan banyak pengalaman dan ilmu pengetahuan dalam menuntut ilmu.
7. Kedua orang tua tercinta yang telah memberikan banyak ilmu, do'a, juga kesempatan untuk menuntut ilmu di perguruan tinggi dan selalu menjadi motivasi terbesar peneliti untuk segera menyelesaikan studi.
8. Salah satu seseorang yang juga memotivasi untuk terus menuntut ilmu, abangku Hendry Kurniawan selalu memberi dukungan dan masukan dalam segala hal. Sepupuku Rachma Alya Mulidhia yang telah membantu banyak hal hingga memberikan masukan dalam penulisan ini.
9. Sahabat-sahabat terbaikku Rizkia Kurnia Putri, Sri Sundari, Sela Irawati, dan Jamilawati yang selalu mau direpotin, menyemangati, dan memberikan masukan kepada penulis hingga saat ini dalam menempuh pendidikan. Atas segala do'a, kesabaran, dan dukungan yang telah diberikan.
10. Teman-teman satu angkatan 2020, Muhammad Yossi Asirwadasyach, Muhammad Fahriansyah, Vera, serta kelas C02 terimakasih atas segala kebaikan, kebersamaan, doa serta dukungan moril yang diberikan selama kuliah dan dalam penyelesaian penelitian ini.
11. Semua pihak yang telah mendukung penelitian skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga Allah yang Maha Esa melimpahkan rahmah-Nya dan membalas semua amal kebaikan mereka. Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari sempurna, karena terbatasnya kemampuan dan pengalaman penulis oleh karena itu, segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati. Akhir kata penulis berharap penelitian ini dapat membantu dan memberikan manfaat bagi para pembaca dan semua pihak yang membutuhkan untuk menambah wawasan dan pengetahuan serta menjadi referensi dalam pembuatan penelitian.

Jakarta, Desember 2023

Novia Rahmawati



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
1.5. Sistematika Tugas Akhir	9
BAB II TELAAH PUSTAKA	11
2.1. Telaah Teoritis.....	11
2.1.1. <i>Influencer Review</i>	11
2.1.2. Kualitas Produk.....	14
2.1.3. Minat Pembelian	19

2.2.	Telaah Empiris	24
2.3.	Kerangka Konseptual	29
2.4.	Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1.	Desain Penelitian	34
3.2.	Identifikasi masalah	35
3.3.	Populasi dan Sampel	36
3.3.1.	Populasi	36
3.3.2.	Sampel	36
3.4.	Jenis dan Sumber Data	37
3.4.1.	Jenis Data	37
3.4.2.	Sumber Data	38
3.5.	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	39
3.5.1.	<i>Influencer Review</i>	39
3.5.2.	Kualitas Produk	40
3.5.3.	Minat Pembelian	41
3.5.4.	Skala Pengukuran	42
3.6.	Metode Analisis Data dan Pengujian Hipotesis	43
3.6.1.	Uji Data Kuantitatif	43
3.6.2.	Uji Asumsi Klasik	44
3.6.3.	Analisis Linier Regresi Berganda	46
3.6.4.	Uji Analisis Data	47

BAB IV HASIL DAN PEBAHASAN	50
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	50
4.2. Hasil Penelitian.....	51
4.2.1. Penyebaran dan Pengumpulan Kuesioner	51
4.2.2. Identitas Responden	52
4.3. Uji Data Kuantitatif	55
4.3.1. Uji Validitas	55
4.3.2. Uji Reliabilitas	57
4.3.3. Uji Asumsi Klasik.....	58
4.3.4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.3.5. Uji Analisis Data.....	64
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian.....	68
BAB V PENUTUP.....	75
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Keterbatasan	77
5.3. Implikasi Manajerial.....	77
DAFTAR PUSTAKA	78

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Media Yang Menarik Untuk Mendapatkan Informasi Kecantikan.....	1
Tabel 1. 2 Tipe <i>Influencer</i> Yang Mempengaruhi Dalam Memilih Produk Atau Layanan Kecantikan.....	2
Tabel 1. 3 Bagian Fisik Yang Membuat Wanita Merasa <i>Insecure</i>	3
Tabel 2. 1 Telaah Empiris	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel <i>Influencer Review</i>	39
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Kualitas Produk.....	40
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Minat Beli	41
Tabel 3. 4 Ukuran Skala <i>Likert</i>	42
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Fakultas	53
Tabel 4. 3 Hasil Uji Validitas.....	56
Tabel 4. 4 Hasil <i>Output</i> Uji Reliabilitas.....	57
Tabel 4. 5 Hasil Uji Normalitas	59
Tabel 4. 6 Hasil Uji Multikolonieritas	61
Tabel 4. 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	63
Tabel 4. 8 Hasil Uji Parsial (Uji t)	65
Tabel 4. 9 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	67
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi	68

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model Penelitian	30
Gambar 4. 1 Grafik Responden Berdasarkan Jenis Produk <i>Skincare</i> Skintific Yang Ingin Dibeli	54
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram).....	60
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas Scatterplot.....	62



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Uji Plagiarisme
- Lampiran 2 Uji Rereferensi
- Lampiran 3 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 4 Tabel Hasil Tabulasi Data
- Lampiran 5 Uji Data SPSS 26
- Lampiran 6 Uji R,t, dan F tabel
- Lampiran 7 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 8 Kartu Bimbingan
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

