

SKRIPSI

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN IKLAN
TERHADAP *BRAND AWARENESS SKINCARE SKINTIFIC*
DI KOTA BANJARMASIN**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Pada Program Studi Administrasi Bisnis**

Oleh:

ANNISA SALSABELA

NIM : 2110412320023



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

BANJARMASIN

2025

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DAN IKLAN TERHADAP *BRAND AWARENESS SKINCARE* SKINTIFIC DI KOTA BANJARMASIN

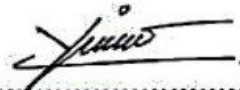
A. Nama Mahasiswa : Annisa Salsabela

NIM : 2110412320023

B. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat C. Tim Penguji:

a. Pembimbing

Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

()

b. Penguji I

Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si
NIP. 197104201999031003

()

c. Penguji II

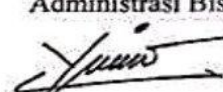
M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
NIP. 197604142001121003

()


Banjarmasin, 15 Juli 2025

Koordinator Program Studi


Administrasi Bisnis


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Ketua Pembimbing


Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 197511052001122001

Mengetahui,
DEKAN FISIP ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S. Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001



SURAT TUGAS



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 3072/UN8.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara/i :

1. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
2. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
3. M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

Untuk menguji Skripsi mahasiswa/i Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand
Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Selasa, 17 Juni 2025
J a m : 10.30 Wita s.d Selesai
T e m p a t : Ruang Lab.Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 12 Juni 2025

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021001



Catatan:

1. SK/ITE No. 11 Tahun 2020 Pasal 5 Ayat 1 "Dokumen Elektronik dianggap Dokumen Elektronik apabila hasil cetakannya merupakan salin asli yang sah"
2. Dokumen ini telah diupload secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSN

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Selasa tanggal 17 bulan Juni tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 3027/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 12 Juni 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin
Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)
Waktu Ujian : 10.30 Wita s.d Selesai
Nilai : **83 (A)**
Dinyatakan : Lulus / ~~Tidak Lulus~~

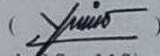
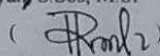
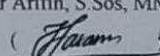
Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 17 Juni 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

Annisa Salsabela

1. Ketua : Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
()
2. Sekretaris : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
()
3. Anggota : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
()

Mengetahui/membenarkan :
an Dekan
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
NIP. 19751105 200112 2 001

DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB	85	
2.	Dr. Irvansyah, S.Sos, M.Si	81	
3.	M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM	83	
Jumlah		249	
Nilai Rata-rata		83	Nilai Akhir = A

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 17 Juni 2025

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

DAFTAR PENILAIAN UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR PENILAIAN UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
Jabatan : Dosen FISIP ULM
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

No	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1.	Materi Skripsi		30%
2.	Penulisan Skripsi		
3.	Presentasi Skripsi	85	60%
4.	Pengetahuan Umum		10%
Jumlah			
Nilai		=	A

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 17 Juni 2025
Ketua/Anggota Tim Penguji,

Nurul Wahyuni

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

DAFTAR PENILAIAN UJIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

MEMPERTAHANKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

N a m a : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si
Jabatan : Dosen FISIP ULM
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

No.	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1	Materi Skripsi		30%
2	Penulisan Skripsi		
3	Presentasi Skripsi		60%
4	Pengetahuan Umum		10%
Jumlah			
Nilai			=

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 17 Juni 2025
Ketua/Anggota Tim Penguji,

Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**DAFTAR PENILAIAN UJIAN
MEMPERTAHAKAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM
Jabatan : Dosen FISIP ULM
Bertindak sebagai : Ketua / Anggota Tim Penguji

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

No	Komponen Penilaian	Nilai Komponen	Bobot
1.	Materi Skripsi	83	30%
2.	Penulisan Skripsi		60%
3.	Presentasi Skripsi		10%
4.	Pengetahuan Umum		
Jumlah			
Nilai		=	

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Banjarmasin, 17 Juni 2025
Ketua/Anggota Tim Penguji,


M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI MAHASISWA FISIP ULM

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

Nama Penguji I : Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang		
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori		
3.	Metode Penelitian		
4.	Hasil dan Pembahasan	- Perbaiki Interpretasi R^2 - - F -test - Determinasi Adj. R-Square.	
5.	Lain-lain		

Banjarmasin, 17 Juni 2025
Penguji I,

Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

Nama Penguji II : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang		
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori		LIHAT SKRIPSI
3.	Metode Penelitian		
4.	Hasil dan Pembahasan		
5.	Lain-lain		



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

**BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI
MAHASISWA FISIP ULM**

Nama : Annisa Salsabela
NIM : 2110412320023
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Pengaruh Influencer Marketing dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

Nama Penguji III : M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM

No.	Koreksi (Saran Perbaikan)		
1.	Latar Belakang		
2.	Tinjauan Pustaka / Kerangka Teori	}	saran yg telah pedoman.
3.	Metode Penelitian		
4.	Hasil dan Pembahasan		<i>Hasan</i>
5.	Lain-lain		

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan susunan skripsi ini. Skripsi ditulis dengan judul “Pengaruh *Influencer Marketing* dan Iklan Terhadap Brand Awareness Skincare Skintific di Kota Banjarmasin”. Skripsi ini ditulis sebagai persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana (S1) Administrasi Bisnis. Selesaiannya susunan skripsi ini tidak terlepas dari banyak bantuan dan dukungan baik secara moral maupun material dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M. Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Koordinator Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu dalam kegiatan akademik penulis.
5. Ibu Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah membantu dan memberikan bimbingannya selama pembuatan sampai terselesaikannya skripsi ini.

6. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
7. Bapak M. Hasanur Arifin, S.Sos, MM selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan saran dan arahan kepada penulis agar skripsi dan penelitian ini dapat lebih baik.
8. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Seluruh Staf Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan Program Studi Administrasi Bisnis yang telah membantu dan membimbing dalam hal administrasi.

Semoga Allah SWT memberikan rahmat dan ridho-Nya atas dukungan serta bantuan yang telah diberikan. Penulis menyadari keterbatasan dalam pelaksanaan dan memiliki kekurangan saat penyusunan skripsi. Akhir kata, semoga penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya serta bagi pembaca.

Banjarmasin, 15 Juli 2025

Annisa Salsabela
NIM. 2110412210001

PERSEMBAHAN

Saya panjatkan puji dan syukur yang tak terhingga kepada Allah SWT, serta shalawat dan salam kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, sang penerang hidup dunia dan akhirat, atas segala nikmat yang diberikan hingga skripsi ini dapat terselesaikan. Skripsi ini saya persembahkan dengan sepenuh hati kepada::

1. Ibu tercinta Halimatus Sakdiah, sumber kasih sayang yang tak pernah habis. Terima kasih atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti. Terima kasih telah memberikan motivasi dan nasihat yang luar biasa, yang selalu mendoakan dan menyemangati dalam setiap langkahku. Terima kasih atas ketulusan cinta, kesabaran yang tak terbatas, dan pelukan yang selalu menenangkan. Engkaulah alasan aku tetap kuat di saat ingin menyerah.
2. Untuk Bapakku tersayang Muhammad Yudi Elmaga, Panutanku dalam kerja keras dan keteguhan hati. Terima kasih atas segala jerih payah, keringat, dan pengorbanan yang tak pernah kau keluhkan demi masa depanku. Nasihat dan dukunganmu adalah cahaya yang menuntunku hingga titik ini. Semoga pencapaian ini bisa menjadi kebanggaan dan hadiah kecil untuk segala yang telah kalian berikan selama ini. Doaku, semoga Allah SWT selalu menjaga dan membahagiakan kalian di dunia dan akhirat.
3. Adik saya, Nizar Firdaus, dan kakak Muhammad Faisal. Terima kasih atas semangat, motivasi, dan cinta yang tiada henti. Kehadiran kalian adalah penghibur di tengah penat, semangat dan celotehan kalian sering kali membuat hari-hariku lebih ringan.

4. Kepada sahabat-sahabat saya, yang selalu setia menemani, dan mendengarkan segala keluh kesah saya, terima kasih yang tak terhingga. Dukungan dan doa kalian memberikan kekuatan saat saya merasa lelah dan hampir menyerah. Begitu banyak teman yang turut menyertai proses ini, meski tak bisa saya sebutkan satu per satu, namun setiap doa dan kebaikan kalian sangat berarti.
5. Untuk kekasih hatiku Fitriyadi, Terima kasih telah setia mendampingi dalam setiap proses, menjadi tempat bercerita, mengeluh, dan menemukan semangat kembali. Dukungan, perhatian, bantuan dan kehadiranmu menjadi pelipur lara di tengah tekanan dan lelahnya menyusun skripsi ini.
6. Untuk diri saya sendiri, Annisa Salsabela, terima kasih karena telah tetap bertahan. Terima kasih telah melewati setiap tantangan dengan ketekunan dan keyakinan bahwa semua perjuangan ini akan membawa saya menuju masa depan yang lebih baik. Mari kita buktikan bahwa segala kesulitan yang di hadapi sekarang adalah jalan menuju keberhasilan yang telah menanti.

Semoga perjalanan ini menjadi bukti bahwa dengan doa, usaha, dan dukungan dari orang-orang terkasih, kita bisa mengatasi setiap rintangan.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan dosen Penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pertanyaan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai undang-undang yang berlaku

Banjarmasin, 15 Juli 2025

Annisa Salsabela
NIM: 2110412210001

ABSTRAK

Annisa Salsabela, 2110412320023, 2025. Pengaruh *Influencer Marketing* dan Iklan Terhadap Brand Awareness *Skincare Skintific* Di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Nurul Wahyuni

Penelitian ini dilakukan bertujuan menguji pengaruh secara parsial dan simultan variabel *Influencer Marketing* dan Iklan terhadap *Brand Awareness Skincare Skintific* Di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Kota Banjarmasin. Sampel sebanyak 100 orang responden yang mengenal *skincare Skintific* Di Kota Banjarmasin, dipilih menggunakan teknik *non-probability sampling* dengan jenis *purposive sampling*. Analisis data menggunakan regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini membuktikan *Influencer Marketing* berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness Skincare Skintific* di Kota Banjarmasin. Iklan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness Skincare Skintific* di Kota Banjarmasin. Serta *Influencer Marketing* dan Iklan berpengaruh signifikan terhadap *Brand Awareness Skincare Skintific* di Kota Banjarmasin.

Kata kunci: *Influencer Marketing*, Iklan, *Brand Awareness*.

ABSTRACT

Annisa Salsabela, 2110412320023, 2025. The Influence of Influencer Marketing and Advertising on Brand Awareness of Skintific Skincare in Banjarmasin City, under the guidance of: Nurul Wahyuni

This study aims to examine the partial and simultaneous effects of influencer marketing and advertising on brand awareness of Skintific skincare in Banjarmasin City.

This study uses a quantitative approach, with the research location in Banjarmasin City. A sample of 100 respondents who are familiar with Skintific skincare in Banjarmasin City was selected using non-probability sampling with purposive sampling. Data analysis was performed using multiple linear regression.

The results of this study prove that Influencer Marketing has a significant influence on Brand Awareness of Skincare Skintific in Banjarmasin City. Advertising has a significant influence on Brand Awareness of Skincare Skintific in Banjarmasin City. Additionally, Influencer Marketing and Advertising have a significant influence on Brand Awareness of Skincare Skintific in Banjarmasin City.

Keywords: *Influencer Marketing , Advertising, Brand Awareness.*

DAFTAR ISI

SKRIPSI.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT TUGAS	iii
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI.....	iv
DAFTAR NILAI RATA-RATA UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI	v
DAFTAR PENILAIAN UJIAN MEMPERTAHANKAN SKRIPSI	vi
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	ix
KATA PENGANTAR.....	xii
PERSEMBAHAN	xiv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	xvi
ABSTRAK	xvii
ABSTRACT.....	xviii
DAFTAR ISI	xix
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR TABEL.....	xxv
DAFTAR LAMPIRAN	xxvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	19
1.3 Tujuan Penelitian	19
1.4 Manfaat Penelitian.....	19
BAB II.....	21
TINJAUAN PUSTAKA.....	21
2.1 Landasan Teoritis.....	21
2.1.1 Pemasaran	21
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	23
2.1.3 Perilaku Konsumen	24
2.1.3.1 Pengertian Perilaku Konsumen	24

2.1.3.2	Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	25
2.1.4	Digital Marketing	30
2.1.5	<i>Influencer Marketing</i>	31
2.1.5.1	Pengertian <i>Influencer Marketing</i>	31
2.1.5.2	Manfaat <i>Influencer Marketing</i>	32
2.1.5.3	Jenis-jenis <i>Influencer</i>	33
2.1.5.4	Faktor-Faktor <i>Influencer</i>	35
2.1.5.5	Strategi <i>Influencer Marketing</i>	37
2.1.5.6	Indikator <i>Influencer Marketing</i>	39
2.1.6	Iklan.....	41
2.1.6.1	Pengertian Iklan	41
2.1.6.2	Tujuan Periklanan (<i>Advertising</i>).....	42
2.1.6.3	Fungsi Iklan	43
2.1.6.4	Jenis Iklan	44
2.1.6.5	Macam-Macam Iklan.....	45
2.1.6.6	Indikator Iklan	46
2.1.7	<i>Brand Awareness</i>	48
2.1.7.1	Pengertian <i>Brand Awareness</i>	48
2.1.7.2	Dimensi-dimensi Kesadaran Merek	49
2.1.7.3	Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	50
2.1.7.4	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kesadaran Merek.....	51
2.1.7.5	Indikator <i>Brand Awareness</i>	52
2.2	Penelitian Terdahulu	53
2.3	Hipotesis dan Model Penelitian.....	59
2.3.1	Hipotesis Penelitian.....	59
2.3.1.1	Kausalitas <i>Influencer Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i> 59	
2.3.1.2	Kausalitas Iklan terhadap <i>Brand Awareness</i>	60
2.3.1.3	Kausalitas <i>Influencer Marketing</i> dan Iklan terhadap <i>Brand Awareness</i>	61
2.4	Model Penelitian.....	62
BAB III		63
METODE PENELITIAN		63

3.1 Pendekatan Penelitian.....	63
3.2 Desain Penelitian	63
3.3 Lokasi Penelitian	64
3.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	64
3.4.1 Populasi.....	64
3.4.2 Sampel.....	64
3.4.3 Teknik Sampling	66
3.5 Definisi Operasional Variabel.....	66
3.5.1 Variabel Bebas (Independen)	66
3.5.1.1 <i>Influencer Marketing</i> (X1).....	67
3.5.1.2 Iklan (X2)	68
3.5.1.3 Variabel Dependen.....	69
3.5.1.4 <i>Brand Awareness</i> (Y).....	69
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	73
3.6.1 Data Primer	73
3.6.2 Data Sekunder	73
3.7 Teknik Analisa Data.....	74
3.7.1 Skala Pengukuran.....	74
3.7.2 Deskriptif Statistik	75
3.7.3 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	75
3.7.3.1 Uji Validitas	75
3.7.3.2 Uji Reliabilitas.....	77
3.7.4 Uji Asumsi Klasik	78
3.7.4.1 Uji Normalitas	78
3.7.4.2 Uji Multikolinearitas.....	78
3.7.4.3 Uji Heteroskedastisitas	79
3.7.5 Analisis Regresi Linier Berganda	80
3.7.6 Alat Uji Hipotesis.....	81
3.7.6.1 Uji Parsial (uji t)	81
3.7.6.2 Uji Simultan (uji F).....	81
3.7.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	82
BAB IV	83

HASIL PENELITIAN.....	83
4.1 Profil Responden	83
4.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin	83
4.1.2 Berdasarkan Usia	84
4.1.3 Berdasarkan Pekerjaan	84
4.1.4 Berdasarkan Domisili.....	85
4.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	85
4.2.1 Deskriptif Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X1).....	86
4.2.2 Deskriptif Variabel Iklan (X2)	91
4.2.3 Deskriptif Variabel <i>Brand Awareness</i> (Y).....	95
4.3 Uji Validitas dan Reliabilitas	99
4.3.1 Uji Validitas.....	99
4.3.2 Uji Reliabilitas	100
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik	101
4.4.1 Hasil Uji Normalitas Data.....	101
4.4.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	103
4.4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	104
4.5 Uji Regresi Linier Berganda.....	104
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	106
4.6.1 Uji F (Simultan)	106
4.6.2 Uji T (Parsial).....	107
4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi	108
BAB V.....	110
PEMBAHASAN HASIL	110
5.1 Pembahasan	110
5.1.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	110
5.1.2 Pengaruh Iklan terhadap <i>Brand Awareness</i>	111
5.1.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> (X1) dan Iklan (X2) Terhadap <i>Brand Awareness</i>	113
5.2 Implikasi Hasil Penelitian.....	114
5.2.1 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> terhadap <i>Brand Awareness</i>	114
5.2.2 Pengaruh Iklan terhadap <i>Brand Awareness</i>	115

5.2.3 Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> (X1) dan Iklan (X2) Terhadap <i>Brand Awareness</i>	116
5.3 Keterbatasan Penelitian	118
BAB VI	119
PENUTUP.....	119
6. 1 Kesimpulan.....	119
6. 2 Saran	119
DAFTAR PUSTAKA	122
LAMPIRAN 1	127
LAMPIRAN 2.....	133
LAMPIRAN 3.....	141
LAMPIRAN 4.....	161
LAMPIRAN 5.....	163
LAMPIRAN 6.....	165

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nilai Penjualan Sektor FMCG di E-commerce (Blibli, Shopee, Tokopedia) Indonesia Tahun 2023.....	2
Gambar 1.2 Brand Skincare Terlaris di E-commerce Tahun 2024.....	4
Gambar 1.3 Tempat Mencari Informasi Produk.....	6
Gambar 1.4 Profile dan Jumlah Pengikut Instagram dan Tiktok Skintific Indonesia	7
Gambar 1.5 Kesadaran Merek Skincare Skintific.....	9
Gambar 2.1 Tingkat Kesadaran Merek	50
Gambar 2.2 Model Penelitian	62
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	101
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	102
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot	104
Gambar 5.1 Model Hasil Penelitian	118

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Rating Toko Kosmetik Besar Di Banjarmasin	8
Tabel 2.1 Pemetaan Hasil Penelitian Terdahulu	53
Tabel 3. 1 Operasional Variabel	70
Tabel 3.2 Skala Likert	74
Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden	75
Tabel 3. 4 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	82
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	83
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	84
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	84
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	85
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel Influencer Marketing (X1).....	86
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel Iklan (X2).....	91
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Brand Awareness (Y)	95
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	99
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	100
Tabel 4. 10 Uji Kolmogorov Smirnov.....	102
Tabel 4.11 Uji Regresi Linier Berganda.....	105
Tabel 4.12 Hasil Statistik Secara Parsial (Uji T).....	108
Tabel 4.13 Hasil Statistik Secara Simultan (Uji F)	107
Tabel 4.14 Hasil Koefisien Determinasi R ²	109

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian.....	127
Lampiran 2.1 Hasil Tabulasi Variabel Influencer Marketing (X1)	134
Lampiran 2.2 Hasil Tabulasi Variabel Iklan (X2)	136
Lampiran 2.3 Hasil Tabulasi Variabel Brand Awareness (Y).....	138
Lampiran 3.1 Hasil Output Tabel Frekuensi Profil Responden	142
Lampiran 3.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Influencer Marketing	144
Lampiran 3.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Iklan	146
Lampiran 3.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Brand Awareness	148
Lampiran 3.5 Uji Validitas Variabel Influencer Marketing.....	150
Lampiran 3.6 Uji Validitas Variabel Iklan.....	151
Lampiran 3.7 Uji Validitas Variabel Brand Awareness	152
Lampiran 3.8 Uji Reliabilitas Variabel Influencer Marketing (X1).....	153
Lampiran 3.9 Uji Reliabilitas Variabel Iklan (X2).....	154
Lampiran 3.10 Uji Reliabilitas Variabel Brand Awareness (Y)	154
Lampiran 3.11 Uji Asumsi Klasik.....	155
Lampiran 3.12 Uji Asumsi Klasik.....	157
Lampiran 3.13 Uji Hipotesis	157
Lampiran 3.14 Titik Persentase Distribusi t (df=81-120)	158
Lampiran 3.15 R-Tabel	158
Lampiran 3.16 Tabel F	159