

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TIKTOK  
DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC  
DI KOTA BANJARMASIN**

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

Oleh:

**ADELLA NAGMA AGNESIA**

**NIM: 2110412320014**






**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
BANJARMASIN**

**2025**

## LEMBAR PENGESAHAN


PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TIKTOK DAN *INFLUENCER MARKETING* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC DI KOTA BANJARMASIN


- A. Nama Mahasiswa : Adella Nagma Agnesia  
B. NIM : 2110412320014  
C. Telah disetujui, lulus dan disahkan sebagai Skripsi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.  
D. Tim Penguji:
- a. Pembimbing  
Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA [  ]  
NIP. 196701131994031001
  - b. Penguji I  
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB [  ]  
NIP. 197511052001122001
  - c. Penguji II  
Noor Hidayati, S.Sos, M.AB [  ]  
NIP. 197805242006042001

Banjarmasin, 18 Juli 2025

Koordinator Program Studi  
Administrasi Bisnis,

Ketua Pembimbing

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

  
Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA  
NIP. 196701131994031001

Mengetahui,  
Dekan FISIP ULM



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



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 : 2643/UN8.1.13/KP.10.00/2025

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

1. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
2. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB
3. Noor Hidayati, S.Sos, M.AB

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

Nama : Adella Nagma Agnesia  
NIM : 2110412320014  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Influencer  
Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific  
Di Kota Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 5 Juni 2025  
J a m : 14.15 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, 27 Mei 2025  
Dekan,



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



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSSE.



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 Kamis tanggal 5 bulan Juni tahun 2025, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2643/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 27 Mei 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Adella Nagma Agnesia  
NIM : 2110412320014  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Kota Banjarmasin


Tempat Ujian : Ruang Lab. Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)  
Waktu Ujian : 14.15 Wita s.d Selesai  
Nilai : **80(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 : 5 Juni 2025


-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,

  
Adella Nagma Agnesia

1. Ketua : Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA  
(  )
2. Sekretaris : Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
(  )
3. Anggota : Noor Hidayati, S.Sos, M.AB  
(  )

Mengetahui/membenarkan :  
a.n. Dekan  
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,

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

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat limpahan Rahmat, Taufiq, Hidayah serta Inayah-Nya penulis sampai saat ini masih diberikan bermacam kenikmatan tiada ternilai harganya. Shalawat serta salam tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad SAW dan Para Sahabat yang senantiasa istiqamah dalam menjalankan ajarannya. Atas izin dan kehendak Allah SWT Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* Tiktok Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Kota Banjarmasin” Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. H. 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 Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Dosen Penguji Skripsi Pertama Penulis.

4. Ibu Noor Hidayati, S.Sos, M.AB, selaku Sekretaris Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Dosen Penguji Skripsi Kedua Penulis.
5. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA selaku Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi Penulis.
6. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat dan semua Staf FISIP ULM Banjarmasin.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan atas amal kebaikan dan bantuan yang Bapak dan Ibu berikan, Aamiinn. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca.

Banjarmasin, 18 Juli 2025



Adella Nagma Agnesia  
NIM. 2110412320014

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah Puji dan Syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas cinta dan kasih sayang-Nya telah memberikan kesabaran, kekuatan, kelancaran serta kemudahan kepada saya. Dan sholawat serta salam tercurah kepada Nabi Muhammd Sholallahu'alaihiwasallam karna berkat beliau Allah turunkan Rahmat dan Keberkahannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Ibuku tercinta, ibu Widyarningsih, wanita terhebat dalam hidupku. Terimakasih atas setiap doa yang tak pernah putus, dukungan yang tiada lelah, motivasi, serta nasihat yang menjadi penuntun di saat saya hampir menyerah. Tidak ada yang lebih membanggakan dalam hidupku selain menjadi anakmu. Maaf jika aku belum mampu membalas semua pengorbananm. Semoga pencapaian kecil ini bisa menjadi bukti bahwa setiap jerih payah dan doa ibu tidak pernah sia-sia.
2. Ayahku tercinta, Bapak Prawito Mansop, cinta pertama yang selalu mengusahakan segalanya untukku. Terimakasih atas semua do'a, kerja keras, pengorbanan, serta dukungan yang telah ayah berikan selama ini. Dari ayah, saya belajar tentang arti tanggung jawab, ketegasan, dan ketulusan. Setiap langkah yang saya capai hari ini tidak lepas dari peran dan dukungan ayah.
3. Mbakku tersayang, Shindya Risna Pradita. Terimakasih atas do'a, dukungan, dan candaan yang selalu menguatkanmu. Kehadiran mbak shindy menjadi salah satu motivasi terbesar dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Untuk sahabat-sahabatku sayang, Siska, Gina, Fera, dan teman-teman yang lain, serta Hanida yang menjadi partner seperjuangan penulis dalam mengerjakan skripsi hampir setiap hari. Terimakasih atas segala do'a, bantuan dan dukungan yang diberikan. Kehadiran kalian sangat berarti dan memberikan semangat hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Terakhir, kepada wanita sederhana yang memiliki impian besar, yaitu penulis karya tulis ini, diriku sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini dan tetap melangkah meskipun banyak tantangan yang harus dihadapi. Terima kasih sudah berani mencoba, belajar dari kesalahan, dan terus berusaha menjadi lebih baik setiap harinya. Rayakan setiap proses dan pencapaianmu, berbahagialah selalu dimanapun dan kapanpun kamu berada, Adell. Semoga Allah SWT selalu meridhai setiap langkahmu, memudahkan urusanmu dan menjagamu dalam lindungan-Nya. Aamiinn.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi mana pun.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari dosen pembimbing dan masukan tim penguji.
3. Seluruh karya atau pendapat pakar atau karya yang telah dipublikasikan orang lain yang terdapat dalam karya tulis ini telah di sitasi nama pengarangnya dan dicantumkan di dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan 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, 18 Juli 2025  
Yang membuat pernyataan,



Adella Nagma Agnesia  
NIM. 2110412320014

## ABSTRAK

Adella Nagma Agnesia, 2110412320014, 2025. Pengaruh *Social Media Marketing* Tiktok dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Kota Banjarmasin, di bawah bimbingan: Fitriyadi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menguji pengaruh signifikan secara parsial dan simultan variabel *Social Media Marketing* Tiktok dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Kota Banjarmasin.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, lokasi penelitian di Kota Banjarmasin. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang dipilih secara *accidental sampling* dengan pengumpulan data menggunakan kuisioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda yang dibantu dengan program IBM SPSS Statistik Versi 26.0.

Hasil penelitian ini membuktikan *Social Media Marketing* Tiktok berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Kota Banjarmasin. *Influencer Marketing* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Kota Banjarmasin. Serta *Social Media Marketing* Tiktok dan *Influencer Marketing* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Kota Banjarmasin.

Kata Kunci: *Social Media Marketing*, *Influencer Marketing*, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Adella Nagma Agnesia, 2110412320014, 2025. The Influence of Social Media Marketing Tiktok and Influencer Marketing on Purchasing Decisions of Skintific Products in Banjarmasin City, under the guidance of: Fitriyadi.*

*This study aims to determine and test the significant influence partially and simultaneously of the variables Social Media Marketing Tiktok and Influencer Marketing on Purchasing Decisions for Skintific Products in Banjarmasin City.*

*This study uses a quantitative approach, the location of the study is in Banjarmasin City. The sample taken was 100 respondents selected by accidental sampling with data collection using questionnaires and data analysis using multiple linear regression analysis assisted by the IBM SPSS Statistics Version 26.0 program.*

*The results of this study prove that Tiktok Social Media Marketing has a significant partial effect on Skintific Product Purchase Decisions in Banjarmasin City. Influencer Marketing has a significant partial effect on Skintific Product Purchase Decisions in Banjarmasin City. And Tiktok Social Media Marketing and Influencer Marketing have a significant simultaneous effect on Skintific Product Purchase Decisions in Banjarmasin City.*

*Keywords: Social Media Marketing, Influencer Marketing, Purchase Decision*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
SURAT TUGAS .....	iii
BERITA ACARA .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
PERSEMBAHAN .....	vii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ix
ABSTRAK .....	x
<i>ABSTRACT</i> .....	xi
DAFTAR ISI .....	xii
DAFTAR TABEL .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	15
1.3. Tujuan Penelitian .....	16
1.4. Manfaat Penelitian .....	16
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	18
2.1. Landasan Teoritis .....	18
2.1.1. Pemasaran .....	18
2.1.2. Manajemen Pemasaran .....	19
2.1.3. Bauran Pemasaran .....	19
2.1.4. <i>Digital Marketing</i> .....	21
2.1.5. <i>Social Media Marketing</i> .....	23
2.1.6. <i>Influencer Marketing</i> .....	28
2.1.7. Perilaku Konsumen .....	31
2.1.8. Keputusan Pembelian .....	32
2.2. Penelitian Terdahulu .....	35
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian .....	41

BAB III METODE PENELITIAN.....	45
3.1. Pendekatan Penelitian .....	45
3.2. Desain Penelitian.....	45
3.3. Lokasi Penelitian .....	46
3.4. Populasi, Besar Sampel, dan Teknik Sampling.....	46
3.5. Definisi Operasional Variabel .....	48
3.6. Teknik Pengumpulan Data .....	56
3.7. Teknik Analisis Data.....	57
3.7.1. Skala Pengukuran .....	57
3.7.2. Deskriptif Statistik .....	58
3.7.3. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	59
3.7.4. Uji Asumsi Klasik.....	60
3.7.5. Alat Uji Hipotesis .....	63
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	66
4.1 Profil Responden .....	66
4.2 Hasil Deskriptif Statistik .....	71
4.2.1 Deskriptif Statistik Variabel <i>Social Media Marketing</i> (X1).....	72
4.2.2 Deskriptif Statistik Variabel <i>Influencer Marketing</i> (X2).....	75
4.2.3 Deskriptif Statistik Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	81
4.3 Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas .....	86
4.3.1 Hasil Uji Validitas .....	86
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	89
4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	90
4.4.1 Hasil Uji Normalitas .....	90
4.4.2 Hasil Uji Heterokedastitas.....	92
4.4.3 Hasil Uji Multikolinearitas .....	93
4.5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	94
4.6 Hasil Uji Hipotesis .....	96
4.6.1 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	96
4.6.2 Hasil Uji Simultan (Uji f) .....	98
4.6.3 Hasil Koefisien Determinasi ( $r^2$ ) .....	99

BAB V PEMBAHASAN HASIL .....	101
5.1 Pembahasan.....	101
5.2 Implikasi Hasil Penelitian .....	105
5.3 Keterbatasan Penelitian .....	109
BAB VI PENUTUP .....	110
6.1 Kesimpulan.....	110
6.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA .....	113
LAMPIRAN	
BIODATA	

## DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
	Tabel 1.1 Jumlah Produk Skintific Yang Terjual di Toko-toko Banjarmasin .	7
	Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	35
	Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	53
	Tabel 3.2 Skala Likert .....	58
	Tabel 3.3 Rentang Kategori Jawaban Responden.....	59
	Tabel 3.4 Tabulasi Interpretasi Nilai r .....	65
	Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
	Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	67
	Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	68
	Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	68
	Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	69
	Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku Per- Bulan (Rp) .....	70
	Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Seberapa Sering Melakukan Pembelian Produk Skintific .....	71
	Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden <i>Social Media Marketing</i> (X1) ...	72
	Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden <i>Influencer Marketing</i> (X2) .....	75
	Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Keputusan Pembelian (Y) .....	81
	Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas.....	86
	Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas .....	89
	Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> .....	92
	Tabel 4.14 Hasil Uji Multikolinearitas.....	94
	Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	95
	Tabel 4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	97
	Tabel 4.17 Hasil Uji Simultan (Uji f) .....	98
	Tabel 4.18 Hasil Uji koefisien determinasi ( $r^2$ ) .....	99

## DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
	Gambar 1.1 Data <i>Sales Revenue</i> Kategori FMCG .....	1
	Gambar 1.2 Top Brand <i>Beauty &amp; Care</i> 2022 – 2024 .....	3
	Gambar 1.3 Penjualan Skintific tahun Januari 2023 – Maret 2024 .....	4
	Gambar 1.4 Prasurvei Keputusan Pembelian Produk Skintific di Kota Banjarmasin.....	6
	Gambar 1.5 Hastag Skintific 3 Tahun Terakhir di Tiktok .....	11
	Gambar 1.6 <i>Influencer Marketing</i> Produk Skintific .....	14
	Gambar 2.1 Model Penelitian .....	44
	Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	91
	Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	91
	Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas Scatterplot .....	93
	Gambar 5.1 Model Penelitian Akhir .....	108

## DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
	Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	116
	Lampiran 2 Output SPSS Ver 26 .....	124