

**SKRIPSI**

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* TIKTOK DAN  
*BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SKINCARE SKINTIFIC DI BANJARMASIN**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh:

ANISA FITRI  
2010412120001



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
BANJARMASIN  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TIKTOK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKINTIFIC DI KOTA BANJARMASIN

A. Nama Mahasiswa : Anisa Fitri  
NIM : 2010412120001

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

C. Tim Penguji

a. Pembimbing

Dr. Fitriyadi, M.Si

NIP.196701131994031001

[  ]

b. Penguji I

Dr. Maryono, S.Sos., M.Si

NIP. 197606132006041001

[  ]

c. Penguji II

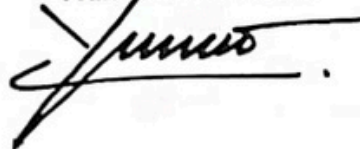
Dr. Irwansyah, S.Sos.,SH.,M.Si

NIP. 197104201999031003

[  ]

Banjarmasin, Juni 2024

Koordinator Program Studi  
Administrasi Bisnis



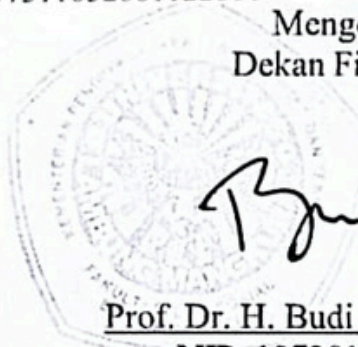
Hj. Nurul Wahyuni, S.Sos, M.AB  
NIP. 197511052001122001

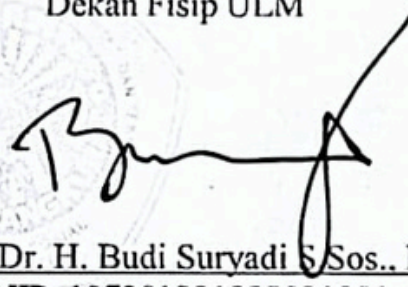
Ketua Pembimbing



Dr. Fitriyadi, M.Si  
NIP. 196701131994031001

Mengetahui,  
Dekan Fisip ULM





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



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, 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 : 2860/UN8.1.13/KP.10.00/2024

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

1. Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA
2. Dr. Maryono, S.Sos, M.Si
3. Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si

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

Nama : Anisa Fitri  
NIM : 2010412120001  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Social Media *Marketing* Tiktok dan *Brand Image*  
Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Skintific di Kota  
Banjarmasin

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Kamis, 13 Juni 2024  
J a m : 09.00 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, 10 Juni 2024  
Dekan,



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





KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, 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 13 bulan Juni tahun 2024, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 2860/UN8.1.13/KP.10.00/2024 tanggal 10 Juni 2024 untuk menguji skripsi :

Nama : Anisa Fitri  
NIM : 2010412120001  
Jurusan/Program Studi : Administrasi Bisnis  
Judul Skripsi : Pengaruh Social Media *Marketing* Tiktok dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Skintific di Kota Banjarmasin  
Tempat Ujian : Ruang Lab Bisnis (Gedung Baru FISIP ULM)  
Waktu Ujian : 09.00 Wita s.d Selesai  
Nilai : 81,33  
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 : 13 Juni 2024

-----  
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji, 1. Ketua : Dr. Fitriyadi, M.Si, CRGP, CTIA  
(*Fitriyadi*)  
Anisa Fitri 2. Sekretaris : Dr. Maryono, S.Sos, M.Si  
(*Maryono*)  
3. Anggota : Dr. Irwansyah, S.Sos, M.Si  
(*Irwansyah*)

Mengetahui/membenarkan :  
Dekan  
Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis,



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

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Ridho-Nya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh *Social Media Marketing* Tiktok dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di Banjarmasin” sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini terselesaikan karena adanya bantuan dan bimbingan baik secara moral maupun material dari beberapa pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak yang terlibat antara lain:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, SE., 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 Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat
4. Bapak Dr. Fitriyadi, M.Si., selaku Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi Penulis.
5. Bapak Dr. Maryono, S. Sos, M.Si selaku Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Dosen Penguji Skripsi Pertama Penulis.

6. Bapak Dr. Irwansyah, S.Sos, SH, M.Si selaku Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat sekaligus Dosen Penguji Skripsi Kedua Penulis.
7. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat dan semua Staf FISIP ULM Banjarmasin.
8. Orang tua, kaka, dan adik penulis yang telah memberikan motivasi, dukungan serta doa yang tidak pernah terputus kepada saya.
9. Teman-teman mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2020 yang telah memberikan kritik, saran, dukungan, bantuan, serta motivasi yang sangat berharga sehingga proposal skripsi ini selesai.

Semua pihak yang ikut serta mendukung dalam pembuatan proposal skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan dengan sebaik-baik balasan atas amal dan bantuannya, aamiin. Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan. Semoga proposal skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Banjarmasin, Juni 2024

Anisa Fitri

NIM. 2010412120001

## 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 Muhammad Sholallahu'alaihiwasallam karna berkat beliau Allah turunkan Rahmat dan Keberkahannya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Adapun skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Pintu surgaku, cinta pertamaku, wanita terhebatku yaitu ibu Nurul Huda (Almh), teringat waktu ketika kaki ini ingin melangkah ke jenjang perkuliahan engkaulah yang paling semangat mensupport saya, Namun support serta semangat itu hanya saya dapat sampai semester 2, ternyata Allah sangat menyayangimu sehingga Ia menginginkanmu kembali, semangat saya sempat padam, namun ketika saya mengingat kebelakang engkaulah orang yang ingin melihat anakmu ini semangat, anakmu ini bisa kuliah, bisa sukses. Dengan lantang saya katakan, “Ma,anakmu sekarang sudah menyelesaikan skripsi ini, saya sudah menyelesaikan amanah mama, saya bisa dititik sekarang” terimakasih atas segala dukungan, motivasi serta doa yang tiada henti yang telah diberikan kepada saya. Saya usahakan akan menjadi Wanita hebat seperti mama.
2. Pintu surgaku dan cinta pertama ku yang selalu mengusahakan segalanya untukku, yang menjadi alasan ku untuk tetap kuat hingga saat ini yaitu Bapak Misrani, Bapak terimakasih saya ucapkan atas segala semangat dan doa-doa yang engkau berikan, kalimat yang sering engkau ucapkan “Bapak sudah tidak Sarjana, tapi kamu harus Sarjana” membuat saya bisa berdiri sampai sekarang pak, membuat saya bisa menyelesaikan ini. Terimakasih atas segala jerih payah yang bapak berikan agar anak mu ini bisa kuliah. Panjang umur dan hiduplah lebih lama ya pak.
3. Kepada kaka saya Mega Muliani, Siti Misbah, Muhammad Arbain dan adik saya Rahimah terimakasih atas segala dukungan dan candaan yang membangkitkan semangat saya.

4. Kepada bapak pembimbing skripsi saya yaitu bapak Dr. Fitriyadi, M.Si yang telah membimbing, memberikan ilmu pengetahuan, serta koreksi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
5. Kepada semua dosen yang telah mendidikk dan mengajarkan saya dengan penuh rasa sabar dan Ikhlas. Semoga ilmu yang saya dapatkan di bangku perkuliahan dapat bermanfaat untuk orang banyak dan bisa menjadi amal jariyah untuk Bapak dan Ibu Dosen.
6. Kepada sahabat perjuangan saya Salwa Noor Azizah, Mona Salsabila, Rabiatul Hasanah, Harisya Putri Oktavia, Siti Aulia Rahmawati dan juga sahabat saya Salsa, Yanti, Aulia, Desy, Liza, Mardiyah, Putri, Halimatus dan Anis Hasana Hani terimakasih atas segala doa, bantuan dan dukungan yang diberikan sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi ini
7. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Ahmad Rizky Hidayat terimakasih atas segala support dan semangat yang diberikan terimakasih telah berkontribusi dalam penulisan skripsi ini baik tenaga, waktu maupun materi kepada saya. Terimakasih telah menjadi bagian dari perjalanan hidup saya.
8. Serta kepada diri sendiri terimakasih sudah kuat, sabar, dan bertahan sampai sejauh ini, terimakasih mampu mengatur waktu, tenaga, dan pikiran sehingga bisa menyelesaikan skripsi. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri semoga kedepannya bisa menjadi lebih baik lagi.

*“Sedari kecil ibu dan bapak merakit tubuhku untuk menjadi mesin penghancur badai, maka tak pantas aku tumbang hanya karena mulut seseorang”*

*-Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya-*

*(QS. AL INSYIRAH:6-8)*

## PERNYATAAN ORISIONALITAS

Dengan ini saya menyatakan:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, penelitian sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali dari dosen pembimbing dan masukan dari 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 terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya sebagai peneliti bersedia menerima sanksi sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

Banjarmasin, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Anisa Fitri

NIM. 2010412120001

## ABSTRAK

Anisa Fitri, 2010412120001, 2024. Pengaruh *Social Media Marketing* Tiktok dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di Kota Banjarmasin, dibawah bimbingan: Dr. Fitriyadi, M.Si

Penelitian ini menggambarkan bagaimana tingkatan *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di Kota Banjarmasin. Serta penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Social Media Marketing* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi penelitian ini di Kota Banjarmasin. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang dipilih secara accidental sampling dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda yang dibantu dengan program IBM SPSS Statistic Versi 25.0 Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Social Media Marketing* Tiktok berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di Kota Banjarmasin dan *Brand Image* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di Kota Banjarmasin. Serta *Social Media Marketing* Tiktok dan *Brand Image* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific di Kota Banjarmasin

Kata Kunci: Social Media Marketing, Brand Image, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*Anisa Fitri, 2010412120001, 2024. The Influence of Tiktok Social Media Marketing and Brand Image on Purchasing Decisions for Skintific Skincare in Banjarmasin City, under the guidance of: Dr. Fitriyadi, M.Sc*

*This research describes how the levels of Social Media Marketing and Brand Image influence Skintific Skincare Purchasing Decisions in Banjarmasin City. And this research aims to test the influence of Social Media Marketing and Brand Image on Purchasing Decisions*

*The location of this research is Banjarmasin City. This research uses a quantitative approach, the sample taken was 100 respondents selected by accidental sampling with data collection using a questionnaire and data analysis using multiple linear regression analysis assisted by the IBM SPSS Statistics Version 25.0 program. The results of the research show that Social Media Marketing Tiktok has a partially significant effect on the decision to purchase Skintific Skincare in Banjarmasin City and Brand Image has a partially significant effect on the decision to purchase Skintific Skincare in Banjarmasin City. As well as Tiktok's Social Media Marketing and Brand Image simultaneously have a significant influence on Purchasing Decisions for Skintific Skincare in Banjarmasin City*

*Keywords: Social Media Marketing, Brand Image, Purchasing Decisions*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
PERSEMBAHAN.....	iv
PERNYATAAN ORISIONALITAS.....	vi
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiiiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	14
1.3. Tujuan Penelitian.....	14
1.4. Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1. Landasan Teori .....	16
2.1.1. Manajemen Pemasaran.....	16
2.1.2. Bauran Pemasaran.....	17
2.1.3. Komunikasi Pemasaran.....	19
2.1.4. Digital Marketing .....	21
2.1.5. Social Media Marketing .....	23
2.1.6. Brand Image .....	29
2.1.7. Perilaku Konsumen .....	30
2.1.8. Keputusan Pembelian.....	31
2.2. Penelitian Terdahulu .....	38
2.3. Hipotesis dan Model Penelitian.....	43
2.3.1. Hipotesis.....	43
2.3.2. Model Penelitian .....	46
BAB III METODE PENELITIAN.....	46

3.1.	Pendekatan Penelitian.....	46
3.2.	Desain Penelitian .....	46
3.3.	Lokasi Penelitian .....	46
3.4.	Populasi, Besar Sampel, Tehnik Sampling.....	47
	3.4.1. Populasi .....	47
	3.4.2. Besar Sampel.....	47
	3.4.3. Tehnik Sampling .....	48
3.5.	Definisi Operasional Variabel.....	49
	3.5.1. Variabel Independent.....	49
	3.5.2. Variabel Dependent .....	52
3.6.	Tehnik Pengumpulan Data .....	57
3.7.	Tehnik Analisa Data .....	57
	3.7.1. Skala Pengukuran.....	57
	3.7.2. Deskriptif Statistik .....	58
	3.7.3. Uji Validitas dan Reabilitas.....	58
	3.7.4. Uji Asumsi Klasik .....	59
	3.7.5. Alat Uji Hipotesis.....	61
BAB IV HASIL PENELITIAN .....		65
4.1.	Profil Responden .....	65
	4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	65
	4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	66
	4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	66
	4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	67
	4.1.5. Karakteristik Berdasarkan Penghasilan/uang saku .....	68
4.2.	Analisa Deskriptif Statistik .....	69
	4.2.1. Deskriptif Variabel Social Media Marketing (X1).....	69
	4.2.2. Deskriptif Variabel Brand Image (X2).....	73
	4.2.3. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	76
4.3.	Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	81
	4.3.1. Uji Validitas .....	81
	4.3.2. Uji Reliabilitas.....	84
4.4.	Hasil Uji Asumsi Klasik .....	84

4.4.1. Hasil Uji Normalitas .....	84
4.4.2. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	86
4.4.3. Hasil Uji Multikolinearitas .....	88
4.5. Uji Regresi Linear Berganda .....	89
4.6. Hasil Uji Hipotesis .....	91
4.6.1. Uji T ( Parsial) .....	91
4.6.2. Uji F ( Simultan).....	92
4.6.3. Analisa Koefisian Determinasi.....	93
BAB V PEMBAHASAN HASIL .....	95
5.1. Pembahasan .....	95
5.1.1. Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian .....	95
5.1.2. Pengaruh Brand Image terhadap Keputusan Pembelian .....	96
5.1.3. Pengaruh Social Media Marketing dan Brand terhadap Keputusan Pembelian .....	97
5.2. Implikasi Hasil Penelitian .....	98
5.2.1. Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian .....	98
5.2.2. Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.....	99
5.2.3. Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian .....	99
5.3. Keterbatasan Penelitian .....	100
BAB VI PENUTUP .....	101
6.1. Kesimpulan.....	101
6.2. Saran.....	101
DAFTAR PUSTAKA .....	103
LAMPIRAN.....	109
BIODATA DIRI .....	146