

SKRIPSI

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* DAN
ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP
PURCHASE INTENTION PRODUK
KOSMETIK SOMETHINC PADA
PENGGUNA TIKTOK GENERASI Z
DI BANJARMASIN**

Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada
Program Magister Manajemen Universitas Lambung Mangkurat



**Oleh:
CITRA AYU ANANDA
NIM. 2110312220099**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
BANJARMASIN
2025**

LEMBAR LEGALITAS

PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PRODUK KOSMETIK SOMETHINC PADA PENGGUNA TIKTOK GENERASI Z DI BANJARMASIN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Citra Ayu Ananda

NIM. 2110312220099

Telah dipertahankan di depan Tim penguji pada tanggal 4 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

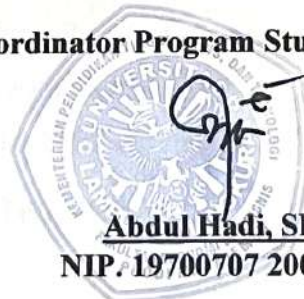
Dosen Pembimbing



H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA
NIP. 19700209 199303 1 003

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen



Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Nama : Citra Ayu Ananda
NIM : 2110312220099
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Influencer* dan *Online Customer*
Review terhadap *Purchase Intention* Produk Kosmetik
Somethinc pada Pengguna Tiktok Generasi Z di
Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 4 Juli 2025 (Ruang Ujian 3)
Waktu Ujian : 08.00 - 10.00 WITA

TIM PENGUJI

Pembimbing : H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA ()

Penguji I : Prof. Laina Refiana Said, S.Psi, M.Si, Ph.D

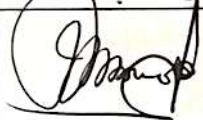
Penguji II : M. Yudi Rachman, SE, MM

BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat di bawah ini:

Nama : Citra Ayu Ananda
NIM : 2110312220099
Jurusan : S1 Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas *Influencer* dan *Online Customer Review* terhadap *Purchase Intention* Produk Kosmetik Somethinc pada Pengguna Tiktok Generasi Z di Banjarmasin
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Ujian Dilaksanakan : Jumat, 4 Juli 2025 (Ruang Ujian 3)
Waktu Ujian : 08.00 - 10.00 WITA

Dengan ini telah melakukan perbaikan skripsi berdasarkan saran dari Tim Penguji:

Nama Dosen	Keterangan	Tanda Tangan
H. Ikhwan Faisal, SE, M.Si, AK, CA, ACPA	Pembimbing	

Demikian Berita Acara Perbaikan Skripsi yang telah mendapatkan persetujuan dari Tim Penguji.

Banjarmasin, 14 Juli 2025

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Manajemen


Abdul Hadi, SE, M.Si
NIP. 19700707 200501 1 001

Mahasiswa


Citra Ayu Ananda
NIM. 2110312220099

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR LEGALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI	iv
KATA PENGANTAR	xi
ABSTRACT	xv
ABSTRAKSI	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	21
1.3. Tujuan Penelitian	21
1.4. Manfaat Penelitian	22
1.5. Sistematika Pembahasan	23
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	24
2.1. Kredibilitas Influencer	24
2.1.1. Definisi Kredibilitas Influencer.....	24
2.1.2. Indikator Kredibilitas Influencer	27
2.2. Online Customer Review	28
2.2.1. Definisi Online Customer Review	28
2.2.2. Indikator Online Customer Review	30
2.3. Purchase Intention	31
2.3.1. Definisi Purchase Intention	31
2.3.2. Indikator Purchase Intention	33
2.4. Penelitian Terdahulu	35
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN..	40

3.1. Kerangka Konseptual (Model Penelitian)	40
3.2. Hipotesis Penelitian	41
BAB IV METODE PENELITIAN	44
4.1. Ruang Lingkup Penelitian	44
4.2. Jenis Penelitian	44
4.3. Tempat/Lokasi Penelitian	44
4.4. Unit Analisis	45
4.5. Populasi dan Sampel	45
4.6. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	48
4.6.1. Variabel Independen (Variabel Bebas)	48
4.6.2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)	49
4.6.3. Definisi Operasional Variabel	49
4.7. Teknik Pengumpulan Data	50
4.8. Teknik Analisis Data	51
4.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	51
4.8.2. Uji Pra - Analisis (Uji Linearitas)	53
4.8.3. Uji Asumsi Klasik	53
4.8.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	56
4.8.5. Uji Hipotesis.....	56
BAB V HASIL DAN ANALISIS	61
5.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	61
5.2. Hasil dan Analisis	62
5.2.1. Karakteristik Responden	62
5.2.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	65
5.2.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	73
5.2.4. Uji Linearitas.....	766
5.2.5. Uji Asumsi Klasik	77
5.2.6. Analisis Regresi Linear Berganda.....	79

5.2.7. Uji Hipotesis.....	81
5.3. Pembahasan Hasil Penelitian	84
5.4. Implikasi Hasil Penelitian.....	88
5.5. Keterbatasan Penelitian.....	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....	92
6.1. Kesimpulan	92
6.2. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Hasil Penelitian Terdahulu	35
Tabel 4. 1. Definisi Operasional Variabel.....	49
Tabel 4. 2. Skala Pengukuran Likert	51
Tabel 5. 1. Pengujian Karakteristik Jenis Kelamin	63
Tabel 5. 2. Pengujian Karakteristik Usia	63
Tabel 5. 3. Pengujian Karakteristik Pendidikan Terakhir	64
Tabel 5. 4. Pengujian Karakteristik Pekerjaan	65
Tabel 5. 5. Jawaban Responden Mengenai Kredibilitas Influencer (X1)	66
Tabel 5. 6. Statistik deskriptif variable kredibilitas influencer (X1).....	68
Tabel 5. 7. Jawaban Responden Mengenai Online Customer Review (X2)	68
Tabel 5. 8. Statistik deskriptif untuk variabel Online Customer Review (X2)	70
Tabel 5. 9. Jawaban Responden Mengenai Purchase Intention (Y).....	71
Tabel 5. 10. Statistik deskriptif untuk variabel Purchase Intention (Y).....	73
Tabel 5. 11. Tabel Hasil Pengujian Validitas Persyaratan Instrumen Variabel Kredibilitas Influencer (X1)	74
Tabel 5. 12. Hasil Pengujian Validitas Persyaratan Instrumen Variabel Online Customer Review (X2)	74
Tabel 5. 13. Hasil Pengujian Validitas Persyaratan Instrumen	75
Tabel 5. 14. Hasil Uji Reliabilitas	76
Tabel 5. 15. Hasil Uji Linearitas	76
Tabel 5. 16. Hasil Uji Normalitas	77
Tabel 5. 17. Hasil Uji Multikolinieritas	78
Tabel 5. 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas	79
Tabel 5. 19. Hasil Koefisien Regresi Linier Berganda	79
Tabel 5. 20. Hasil Uji f X1 dan X2 terhadap Y	82
Tabel 5. 21. Hasil uji t	83
Tabel 5. 22. Hasil koefisien determinasi	84

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Perkembangan Pengguna Media Sosial Indonesia.....	1
Gambar 1. 2. Pengeluaran tahunan konsumen TikTok di dunia	4
Gambar 1. 3. Demografi Usia Pengguna TikTok Dunia (2022)	6
Gambar 1. 4. Grafik Proyeksi Pendapatan dariPasar Kosmetik di Indonesia	8
Gambar 1. 5. Brand Perawatan Wajah Terlaris di E-Commerce	11
Gambar 1. 6. Hasil pra survey minat beli merek Somethinc	12
Gambar 1. 7. Contoh Konten Review Produk Somethinc	13
Gambar 1. 8. <i>Customer Review</i> Kosmetik Somethinc	18
Gambar 3. 1. Kerangka konsep	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pra Survei Penelitian	98
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 3. Hasil Output SPSS	106