

PENGARUH TASYA FARASYA SEBAGAI *BEAUTY INFLUENCER*

DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW SHOPEE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SOMETHINC DI *E-COMMERCE SHOPEE*

Oleh:

Nama: Sela Selamat

NIM: 20190439

Karya Akhir

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Program Studi Manajemen

Konsentrasi Pemasaran



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

MARET 2023

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

PENGESAHAN

PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER* TASYA FARASYA DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* SOMETHINC DI E-COMMERCE SHOPEE

Diajukan oleh:

Nama : Sela Selamat

NIM : 20190439

Jakarta, 15 Maret 2023

Disetujui Oleh :

Pembimbing

(Morryessa Brandinie, S,E, M.M)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA 2023



ABSTRAK

Sela Selamet / 20190439 / 2023 / Pengaruh Beauty Influencer Tasya Farasya dan Online Customer Review Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Somethinc Di E-Commerce Shopee / Morryessa Brandinie, S,E, M.M.

Keinginan setiap wanita untuk merawat kulit wajah mereka turut serta meningkatkan ketertarikan mereka pada kebutuhan akan *skincare*. Setiap wanita pasti memiliki permasalahan pada kulit wajahnya masing-masing sehingga akan memilih produk *skincare* tertentu yang mereka butuhkan. Banyaknya pilihan *brand skincare* yang beredar dipasaran membuat konsumen kesulitan untuk memilih mana yang terbaik bagi mereka. Sebelum memutuskan pembelian, konsumen harus mencaritahu dan mencari sumber informasi mengenai produk dan manfaatnya. Media sosial merupakan *platform digital* yang memiliki banyak *audience*. Didunia kecantikan, media sosial kini dijadikan sebagai *platform* untuk para *beauty enthusiast* berbagi informasi mengenai tips atau merekomendasikan produk yang dalam hal ini disebut sebagai *Beauty Influencer*. Selain itu, sumber informasi dapat diperoleh dari hal lain yaitu *review* dari orang lain yang telah melakukan pembelian atau disebut *Online Customer Review*. Oleh karena itu, penelitian ini dibuat untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari *Beauty Influencer* (Tasya Farasya) dan *Online Customer Review* (Shopee) terhadap Keputusan Pembelian produk *skincare* Somethinc di E-Commerce Shopee.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah *Beauty Influencer*, *Online Customer Review* dan Keputusan Pembelian. Ada dua jenis variabel yang digunakan yaitu variabel independent dan dependen. Variabel independent terdiri dari *Beauty Influencer* dan *Online Customer Review*, sedangkan variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian.

Objek pada penelitian ini adalah produk *skincare* Somethinc, metode penelitian yang dipakai adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda. Data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner melalui *google form* kepada 126 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *judgement sampling*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Beauty Influencer* (Tasya Farasya) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian dan *Online Customer Review* (Shopee) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah *Beauty Influencer* (Tasya Farasya) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc, dimana *Beauty Influencer* (Tasya Farasya) memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen dan *Online Customer Review* (Shopee) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk *skincare* Somethinc, dimana *Online Customer Review* (Shopee) memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan Somethinc dapat mempertahankan kualitas dan pelayanannya, juga mengembangkan metode pemasarannya dengan menggunakan *beauty influencer* yang lainnya.



ABSTRACT

Sela Selamet / 20190439 / 2023 / The Influence of Beauty Influencer Tasya Farasya and Online Customer Review Shopee on the Decision to Purchase Skincare Product of Somethinc in E-Commerce Shopee / Morryessa Brandinie, S,E, M.M.

Every woman's desire to take care of their facial skin also increases their interest in the need for skincare. Every woman must have problems with her own facial skin so she will choose certain skincare products that they need. The large selection of skincare brands on the market makes it difficult for consumers to choose which one is best for them. Before deciding to purchase, consumers must find out and find sources of information about the product and its benefits. Social media is a digital platform that has a large audience. In the world of beauty social media is now used as a platform for beauty enthusiasts to share information about tips or recommend products, which in this case are referred to as Beauty Influencers. In addition, sources of information can be obtained from other things, namely reviews from other people who have made purchases or are called Online Customer Reviews. Therefore, this research was made to find out whether there is influence from Beauty Influencers (Tasya Farasya) and Online Customer Reviews (Shopee) on the Purchase Decision for Skincare Product of Somethinc in E-Commerce Shopee.

The theory used in this research is Beauty Influencer, Online Customer Review and Purchase Decision. There are two types of variables used, namely independent and dependent variables. The independent variable consists of Beauty Influencers and Online Customer Reviews, while the dependent variable is Purchase Decision.

The object of this research is Somethinc skincare product, the research method used is descriptive analysis and multiple linear regression analysis. Data was collected by distributing respondents via Google form to 126 respondents. Sampling was done by using judgment sampling technique.

The results of this study indicate that Beauty Influencer (Tasya Farasya) has a positive and significant effect on Purchase Decisions and Online Customer Review (Shopee) has a positive and significant effect on Purchase Decisions.

The conclusion of this study is that Beauty Influencer (Tasya Farasya) has a positive effect on the decision to buy skincare products of Somethinc, where Beauty Influencer (Tasya Farasya) has a strong influence on consumer purchasing decisions and Online Customer Review (Shopee) has a positive effect on the decision to purchase skincare products of Somethinc, where Online Customer Review (Shopee) has a strong influence on consumer purchasing decisions. Based on the research results, the researchers suggest that Somethinc can maintain its quality and service, as well as develop its marketing methods by using other beauty influencers.

Keywords: Beauty Influencer, Online Customer Review, Purchase Decision.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan rahmat-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Beauty Influencer* Tasya Farasya dan *Online Customer Review* Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Skincare* Somethinc di *E-Commerce* Shopee” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Dalam proses penyusunan skripsi ini banyak hambatan dari rintangan yang peneliti hadapi, namun pada akhirnya dapat terselesaikan berkat adanya dukungan, bantuan, bimbingan, dan arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar besarnya kepada:

1. Ibu Morryessa Brandinie, S,E, M.M. Selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan arahan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.
2. Seluruh jajaran dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada peneliti selama menempuh studi.
3. Kedua orang tua dan keluarga besar peneliti yang senantiasa mendukung, menghibur, dan mendoakan peneliti selama proses penyusunan skripsi.





4. Sahabat, Teman, serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan membantu peneliti dalam proses penyusunan skripsi hingga dapat terselesaikan dengan baik.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna akibat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh peneliti. Oleh karena itu, peneliti sangat menghargai setiap kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak yang membaca dan dapat menjadi bahan referensi yang berguna bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian di masa yang akan datang.

Jakarta, 28 Februari 2023

(Sela Selamat)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar belakang masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	7
D. Batasan Penelitian	7
E. Rumusan Masalah	7
F. Tujuan Penelitian	8
G. Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teoritis	10
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Pemikiran	27
D. Hipotesis	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
A. Objek Penelitian	30
B. Desain Penelitian	30
C. Variabel Penelitian	32
D. Teknik Pengambilan Sampel	35
E. Teknik Pengumpulan Data	36
F. Teknik Analisis Data	37
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN	46
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	46
B. Analisis Deskriptif	47
C. Analisis Regresi	57
D. Pembahasan	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	64



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



A. Simpulan	64
B. Saran.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	25
Tabel 3. 1	33
Tabel 3. 2	34
Tabel 3. 3	35
Tabel 3. 4	37
Tabel 3. 5	40
Tabel 4. 1	47
Tabel 4. 2	48
Tabel 4. 3	49
Tabel 4. 4	50
Tabel 4. 5	51
Tabel 4. 6	52
Tabel 4. 7	52
Tabel 4. 8	53
Tabel 4. 9	54
Tabel 4. 10	55
Tabel 4. 11	56
Tabel 4. 12	58
Tabel 4. 13	58
Tabel 4. 14	59
Tabel 4. 15	59
Tabel 4. 16	60
Tabel 4. 17	61

 Hak cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Ditayang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Penghargaan yang diterima oleh Somethinc	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 4. 1 Logo Somethinc	46

© **Acceta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

