

**PENGARUH *INFLUENCER REVIEW* DAN *PRODUCT INGREDIENTS*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA *PRODUCT*  
*HYDRASOOTHE AZARINE SUNSCREEN GEL*  
DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**VIA ALDINA AUVA**

**NPM. 20042010020**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2024**

**PENGARUH *INFLUENCER REVIEW* DAN *PRODUCT INGREDIENTS*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA *PRODUCT*  
*HYDRASOOTHE AZARINE SUNSCREEN GEL***

**DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**VIA ALDINA AUVA**

**NPM. 20042010020**

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS**

**SURABAYA**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *INFLUENCER REVIEW* DAN *PRODUCT INGREDIENTS*  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA *PRODUCT*  
*HYDRASOO THE AZARINE SUNSCREEN GEL***

**DI SURABAYA**

**Disusun Oleh:**

**VIA ALDINA AIUYA**

**NPM. 20042010020**

**Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi Menyetujui,**

**PEMBIMBING**



**Dra. Lia Nirawati, M.Si**

**NIP. 196009241993032001**

**Mengetahui,**

**DEKAN FISIP**

**Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**



**Dr. Cahyo Suratnuwaji, S.Sos, M.Si**

**NIP. 196804182021211006**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH INFLUENCER REVIEW DAN PRODUCT INGREDIENTS  
TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA PRODUCT  
HYDRASOO THE AZARINE SUNSCREEN GEL  
DI SURABAYA**

Disusun Oleh :

**VIA ALDINA AUVA**  
NPM. 20042010020


Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi Program  
Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal 29 Mei 2024

**PEMBIMBING UTAMA**

Menyetujui,

**TIM PENGUJI**

1. Ketua

  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
NIP. 196009241993032001

  
**Dr. Accep Samsudin, S. Sos.M.M., MA**  
NPT. 21119771204337

2. Sekretaris


  
**Dra. Siti Ning Farida, M.Si**  
NIP. 196407291990032001

3. Anggota

  
**Dra. Lia Nirawati, M.Si**  
NIP. 196009241993032001

Mengetahui,

**DEKAN**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

  
**Dr. Catur Suratnoaji, M.Si**  
NIP. 196804182021211006

## LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Via Aldina Auva

NPM : 20042010020

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Judul Skripsi :

***Pengaruh Influencer Review dan Product Ingredients***

***Terhadap Perilaku Konsumen Pada Product***

***Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel***

**Di Surabaya**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya pribadi saya yang dibuktikan melalui cek plagiasi dengan ketentuan maksimal 30 persen untuk diajukan sebagai persyaratan memperoleh gelar Strata 1 di Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Semua sumber yang digunakan dalam penulisan skripsi ini telah saya cantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
3. Jika kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini bukan karya asli saya atau merupakan hasil plagiarisme dari karya orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surabaya, 30 Mei 2024

Yang membuat pernyataan



**Via Aldina Auva**

**20042010020**

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa penulis ucapkan karena berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh *Influencer Review* Dan *Product Ingredients* Terhadap Perilaku Konsumen Pada *Product Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel* Di Surabaya”**.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Ibu\_Dra. Lia Nirawati, M.Si sebagai dosen pembimbing yang telah meberikan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, wejangan serta semangat kepada penulis. Selain itu, penulis juga mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, baik berwujud materi, moral, dan spritual. Sehubungan dengan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Suratnoaji, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, M.A, selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen serta staff Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Orang tua, keluarga, serta sanak saudara yang selalu memberikan dukungan dan semangat terhadap penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

5. Sahabat dan teman-teman yang selalu memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.
6. Rekan dan teman-teman Administrasi Bisnis Tahun Angkatan 2020 yang sama-sama berjuang dan memberikan motivasi kepada satu sama lain sehingga penulis sanggup menyelesaikan proposal penelitian ini.
7. Kepada pengguna produk *Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel* di Surabaya yang telah membantu dalam kelancaran proposal penelitian ini.

Penulis juga menyadari bahwa masih banyak kekurangan baik dari segi susunan kalimat maupun tata bahasa, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis menerima kritik dan saran pembaca agar dapat memperbaiki kesalahan yang terdapat pada tugas ini. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi sumber pengetahuan dan referensi.

Surabaya, 21 Mei 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>viii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian .....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	15
2.2 Landasan Teori .....	19
2.2.1 Pemasaran .....	19
2.2.2 <i>Branding</i> .....	27
2.2.3 Influencer Review .....	29
2.2.4 Product Ingredients .....	31
2.2.5 Perilaku Konsumen .....	33
2.2.6 Pengaruh Antar Variabel .....	42
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	48
3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel .....	48
3.2.1 Definisi Operasional .....	48
3.2.2 Pengukuran Variabel .....	52
3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel .....	53
3.3.1 Populasi .....	53
3.3.2 Sampel .....	53
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	54



3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	55
3.4.1 Jenis Data .....	55
3.4.2 Sumber Data .....	56
3.4.3 Pengumpulan Data .....	56
3.5 Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis .....	57
3.5.1 Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
3.6 Uji Hipotesis .....	63
3.6.1 Uji F (Simultan).....	63
3.6.2 Uji T (Parsial) .....	63
3.7 Jadwal Penelitian .....	64
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>65</b>
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian dan Penyajian Data .....	65
4.1.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian .....	65
4.1.2 Penyajian Data.....	69
4.2 Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	84
4.2.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	84
4.2.2 Uji Asumsi Klasik .....	86
4.2.3 Analisis Regresi Linear Berganda.....	90
4.2.4 Uji Hipotesis .....	91
4.3 Pembahasan.....	97
4.3.1 Pengaruh <i>Influencer Review</i> dan <i>Product Ingredients</i> .....	97
4.3.2 Pengaruh <i>Influencer Review</i> .....	99
4.3.3 Pengaruh <i>Product Ingredients</i> .....	102
4.3.4 Matriks Hasil Penelitian.....	105
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>107</b>
5.1 Kesimpulan .....	107
5.2 Saran .....	108
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>113</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Consument Trust Influencer Recommendations .....	3
Gambar 1.2 <i>Sunscreen</i> Terlaris di Tokopedia .....	7
Gambar 1.3 Data Faktor Pemilihan Produk <i>Skincare</i> .....	9
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	46
Gambar 4.1 Uji Normalitas.....	87
Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas .....	89
Gambar 4.3 Kurva Penerimaan atau Penolakan Ho.....	93
Gambar 4.4 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Ho.....	95
Gambar 4.5 Kurva Daerah Penerimaan atau Penolakan Ho.....	97

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data 5 Kota Terpanas di Indonesia .....	12
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian .....	64
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	70
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Wilayah .....	71
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	72
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	73
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Persepsi .....	74
Tabel 4.7 Kriteria Nilai Tanggapan Responden.....	76
Tabel 4.8 Rekapitulasi Variabel <i>Influencer Review</i> (X1) .....	77
Tabel 4.9 Rekapitulasi Variabel <i>Product Ingredients</i> (X2).....	80
Tabel 4.10 Rekapitulasi Variabel Perilaku Konsumen (Y) .....	82
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas <i>Influencer Review</i> (X1) .....	85
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas <i>Product Ingredients</i> (X2).....	85
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas Perilaku Konsumen (Y) .....	85
Tabel 4.14 Uji Reliabilitas .....	86
Tabel 4.15 Uji Multikolinearitas .....	88
Tabel 4.16 Uji Autokorelasi .....	90
Tabel 4.17 Analisis Regresi Linear Berganda .....	90
Tabel 4.18 Uji F (Simultan).....	92
Tabel 4.19 Uji T (Parsial) .....	93

## ABSTRAK

**VIA ALDINA AUVA, 20042010020, Pengaruh *Influencer Review* Dan *Product Ingredients* Terhadap Perilaku Konsumen Pada *Product Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel* di Surabaya**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *influencer review* dan *product ingredients Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel* di Surabaya. Jenis penelitian ini asosiatif yang menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasinya adalah pengguna yang familiar dengan *influencer review* "Tasya Farasya" dan menggunakan *product ingredients* pada produk *Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel* di Surabaya, dengan sampel sebanyak 120 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*, sementara teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel bebas memiliki pengaruh positif terhadap perilaku konsumen. Secara simultan, *influencer review* dan *product ingredients* berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku konsumen. Selain itu, secara parsial dinyatakan bahwa *influencer review* terhadap perilaku konsumen berpengaruh signifikan dengan memperoleh dan *product ingredients* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap perilaku konsumen. Faktor internal yang dapat memengaruhi perilaku konsumen pada produk *Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel* di Surabaya adalah mayoritas berjenis kelamin perempuan, rentang usia 15-24 tahun yang bertempat tinggal tepatnya di Surabaya Barat, pendapatan < Rp 1.000.000, pendidikan terakhir SMA/K, dan memiliki persepsi karena *sunscreen* tersebut berkualitas. Hal tersebut menyatakan bahwa pentingnya *influencer review* dan *product ingredients* dalam membentuk opini dan persepsi konsumen terhadap suatu produk.

**Kata kunci: Ulasan Influencer, Bahan Produk, Perilaku Konsumen**

## **ABSTRACT**

**VIA ALDINA AUVA, 20042010020, *The Influence Of Influencer Reviews And Product Ingredients On Consumer Behavior Product Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel In Surabaya***

*This study aims to analyze the influence of influencer reviews and product ingredients of Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel in Surabaya. This type of research is associative using a quantitative approach. The population is users who are familiar with the influencer review “Tasya Farasya” and use product ingredients in Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel products in Surabaya, with a sample of 120 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling with a purposive sampling approach, while the data collection technique was carried out through a questionnaire. Data analysis was performed using multiple linear regression. The results of the analysis show that both independent variables have a positive influence on consumer behavior. Simultaneously, influencer review and product ingredients have a significant effect on consumer behavior. In addition, it is partially stated that influencer reviews on consumer behavior have a significant effect and product ingredients partially have a significant effect on consumer behavior. Internal factors that can influence consumer behavior on Hydrasoothe Azarine Sunscreen Gel products in Surabaya are that the majority are female, the age range is 15-24 years old who live precisely in West Surabaya, income < Rp 1,000,000, senior high school, and have perceptions because the sunscreen is quality. This states that the importance of influencer reviews and product ingredients in shaping consumer opinions and perceptions of a product.*

**Key word: *Influencer Review, Product Ingredients, Consumer Behavior***