

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *INFLUENCER*
MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SKINCARE THE ORIGINOTE DI TIKTOK**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

DIAN AYU SAFITRI

21012010071/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR
2025**

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *INFLUENCER*
MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK
SKINCARE THE ORIGINOTE DI TIKTOK**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen**



Diajukan oleh:

DIAN AYU SAFITRI

21012010071/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAWA TIMUR**

2025

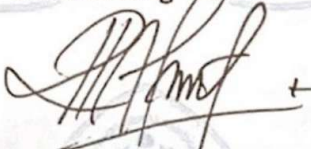
SKRIPSI
PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *INFLUENCER*
***MARKETING* TERHADAP MINAT BELI PRODUK**
SKINCARE THE ORIGINOTE DI TIKTOK

Disusun Oleh :

DIAN AYU SAFITRI
21012010071/FEB/EM

Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal : 05 Juni 2025

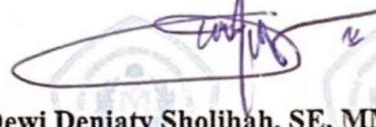
Pembimbing Utama


Zumrotul Fitriyah, SE,MM
NIPPPK. 198012182024212011

Tim Penguji Ketua


Drs. Ec. Herv Pudjoprastowo, MM
NIP. 196203181988031002

Anggota


Dewi Deniatv Sholihah, SE, MM
NIP. 199102222020122016

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional
“Veteran” Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dian Ayu Safitri
NPM : 21012010071
Program : Sarjana(S1)
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 10 Juni 2025

Yang Membuat pernyataan



Dian Ayu Safitri
21012010071

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan kelimpahan Rahmat dan Karunia-nya sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Influencer Marketing* terhadap Minat Beli Produk Skincare The Originote di Tiktok” dapat terselesaikan dengan baik.

Tujuan penyusunan skripsi ini untuk memnuhi sebgian syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) bagi mahasiswa program S-1 di program Studi Manajemen fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis juga mendapat bantuan dari berbagai pihak baik seara moril maupun secara materil. Sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan banyajk terima kasih khususnya kepada:

1. Bapak Prof. DR. Ir. Akhmad Fauzi, MMT. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

4. Ibu Zumrotul Fitriyah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan skripsi.
5. Pintu surgaku, mama arofah tercinta tiada kata yang sepenuhnya menggambarkan rasa syukur. Namun, dengan penuh cinta dan ketulusan terima kasih atas kesempatan yang telah diberikan sehingga anakmu bisa merasakan bangku perkuliahan, terima kasih atas doa-doa tulus yang selalu menyertai setiap pijakan langkah ini, terima kasih telah mengorbankan banyak waktu, tenaga.. terima kasih juga kepada bapak dulhadi yang telah menemani mama saya dan menjadi bapak sejati yang turut memberikan dukungan. suatu kebanggan memiliki orang tua hebat yang selalu mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita.
6. Kynan sea azura dan Tingkir nur'ans purnama sebagai adik tercinta telah menjadi cahaya kecil yang selalu memberi semangat dengan tingkah polosmu yang sangat lucu di tengah perjuanganku menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Amijo dan Ibu Rasiyem, terima kasih telah merawat cucu perempuanmu ini dengan penuh kasih sayang dan selalu menjadi rumah paling hangat dalam hidup ini.
8. Alyfiaman Yudha Pratama, Terima kasih telah menjadi sosok pendamping setia dalam segala hal, yang menemani penulis dari semester 2 hingga sampai saat ini, tempat berbagi cerita suka duka, memberikan dukungan, kasih sayang dan semangat. Terima kasih kasih telah menjadi tempatku

kembali saat dunia terasa berat, dan tetap tinggal bahkan saat aku tak bisa jadi versi terbaik dari diriku.

9. *Last but not least*, untuk diri saya sendiri, terima kasih Dian ayu safitri telah menjadi perempuan kuat yang tetap berdiri meski lelah. Terima kasih telah mampu melewati perjalanan yang sangat menguras tenaga dan mental dan memilih untuk tetap berusaha serta tidak menyerah. Keberhasilan kuliah sambil kerja adalah episode yang harus dirayakan untuk diri sendiri.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis tulis satu per satu yang telah banyak membantu selama penulisan penelitian ini.

Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi penelitian ini sangat diharapkan. Besar harapan semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi orang lain

Surabaya, 07 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAKSI.....	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian	17
1.4 Manfaat Penelitian	18
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA.....	19
2.1 Penelitian Terdahulu	19
2.2 Landasan Teori	22
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	23
2.2.3 Online Customer Review.....	28
2.2.4 Influencer Marketing	30
2.2.5 Minat Beli	33
2.3 Hubungan antar variabel.....	36
2.3.1 Pengaruh Online customer review terhadap minat beli.....	36
2.3.2 Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli	37
2.4 Kerangka Konseptual	38
2.5 Hipotesis	38
BAB III	39
METODE PENELITIAN.....	39
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.....	39
3.1.1 Definisi Operasional Variabel.....	39
3.1.2 Pengukuran Variabel	43

3.2 Teknik Pengambilan Sampel	44
3.2.1 Populasi.....	44
3.2.2 Sampel	44
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.3.1 Jenis Data.....	46
3.3.2 Metode pengumpulan data.....	46
3.4 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis	47
3.4.1 Teknik analisis Data.....	49
3.4.2 Model Indikator Reflektif dan Indikator Formatif.....	51
3.4.3 Kegunaan Metode Partial Least Square (PLS)	55
3.4.4 Pengukuran Metode Partial Least Square (PLS)	55
3.4.5 Langkah – Langkah Metode Partial Least Square (PLS)	56
3.4.6 Asumsi PLS.....	65
3.4.7 Ukuran Sampel	65
3.4.8 Uji Validitas dan Reliabilitas	66
BAB IV	68
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	68
4.1 Deksripsi Obyek Penelitian	68
4.2 Deksripsi Hasil Penelitian	69
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis	77
4.4 Pembahasan.....	85
4.4.1 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> (X1) Terhadap Minat Beli (Y)	85
4.4.2 Pengaruh Influencer Marketing (X2) Terhadap Minat Beli (Y)	86
BAB V.....	88
KESIMPULAN DAN SARAN.....	88
5.1 Kesimpulan.....	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Data Top Brand 2022-2024 Berdasarkan Sales Value periode januari 2022-juni 2024	2
Gambar 1 2 Negara pengguna tiktok (sumber Dataindonesia.id, 2024)	3
Gambar 1 3 Marketshare serum sumber (Muhamad, 2024)	5
Gambar 1 4 Review serum doktif sumber (DokterDetektif, 2024).....	6
Gambar 1 5 Review the originote sumber (DokterDetektif, 2024).....	7
Gambar 1 7 Data penjualan the originote (FastMoss, 2024)	8
Gambar 1 8 Review positif dan negatif The Originote (DokterDetektif, 2024)	11
Gambar 1 9 Video Influencer marketing sumber (Racunwithdivani, 2023)	13
Gambar 1 10 Engagement rate influencer sumber (Phlanx, 2025)	14
Gambar 1 11 Komentar positif di video influencer Sumber (Racunwithdivani, 2023)	15
Gambar 1 12 Komentar negatif di video influencer Sumber (Racunwithdivani, 2023) ...	16
Gambar 2 1 Kerangka Konseptual.....	38
Gambar 3 1 Principal Factor (Reflective) Model.....	50
Gambar 3 2 Model Indikator Formatif.....	53
Gambar 3 3 Diagram Konseptual Partial Least Square 3.0	58

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	70
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Online Customer Review (X1)	72
Tabel 4. 4 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Influencer Marketing(X2).....	74
Tabel 4. 5 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Minat Beli(Y).....	76
Tabel 4. 6 Outer Loadings.....	78
Tabel 4. 7 Cross Loadings.....	79
Tabel 4. 8 Average variance extracted (AVE)	80
Tabel 4. 9 Composite Reliability.....	80
Tabel 4. 10 Latent Variabel Correlations.....	81
Tabel 4. 11 R-Square.....	83
Tabel 4. 12 Path Coefficient (Mean, STDEV, T-Values).....	84

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	94
Lampiran 2 Hasil Kuesioner	100
Lampiran 3 Hasil Olah Data PLS	104

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *INFLUENCER*
MARKETING TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE THE
ORIGINOTE DI TIKTOK**

Oleh:

DIAN AYU SAFITRI
21012010071/FEB/EM

ABSTRAKSI

Tingginya peningkatan pengguna internet di Indonesia akan mendukung pada penggunaan media sosial, dimana media sosial menjadi penunjang dalam dunia pemasaran saat ini. The originote melakukan strategi pemasaran digital untuk meningkatkan minat beli konsumen pada produknya, Strategi yang dilakukan adalah *Online Customer Review* dan bekerja sama dengan *Influencer Marketing*. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* dan *Influencer Marketing* terhadap Minat Beli produk skincare the originote di tiktok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pengguna aplikasi tiktok yang mengetahui produk skincare the originote. Pengambilan sampel yang dilakukan menggunakan metode *purposive sampling* yang di hitung menggunakan rumus Ghazali dengan total sampel berjumlah 126 responden. Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan SmartPLS 4. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Online Customer Review* memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli produk skincare The Originote di Tiktok dan *Influencer Marketing* memiliki pengaruh positif terhadap Minat Beli produk skincare The Originote di Tiktok.

Kata Kunci : *Online Customer Review, Influencer Marketing, Minat Beli*