

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AMPOULE SERUM SKIN1004 PADA GENERASI Z
PENGGUNA TIKTOK DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh:

**INDI ARIMAWASTI
21012010282/FEB/EM**

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

2025

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN SOCIAL MEDIA
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AMPOULE SERUM SKIN1004 PADA GENERASI Z
PENGUNA TIKTOK DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh:

INDI ARIMAWASTI
21012010282/FEB/EM

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *SOCIAL MEDIA*
INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AMPOULE SERUM SKIN1004 PADA GENERASI Z
PENGGUNA TIKTOK DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh:

INDI ARIMAWASTI

21012010282

**Telah Dipertahankan Di hadapan
dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi**

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Pada tanggal : 13 Juni 2025

Pembimbing Utama

**Tim Penguji
Ketua**

Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M., CMA.
NIP. 196801081989031001

Dra. Ec. Siti Aminah, M.M.
NIP. 196107121988032001

Pembimbing Pendamping

Anggota

Virginia Mandasari, S.MB., MSM.
NIP. 199109122020122012

Dewi Deniaty Sholihah, S.E., M.M.
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 di bawah ini:

Nama : Indi Arimawasti

NPM : 21012010282

Program : Sarjana (S1)

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi* 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, 15 Juni 2025

Yang Menyatakan,



(Indi Arimawasti)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya terhadap setiap langkah yang saya lakukan hingga dapat menyelesaikan menyusun skripsi ini yang berjudul “Pengaruh *Online Customer Review* dan *Social Media Influencer* terhadap Keputusan Pembelian Produk Ampoule Serum Skin1004 pada Generasi Z Pengguna TikTok di Kota Surabaya”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Terselesaikannya skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Untuk itu, saya mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada saya dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ir. Ahmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si, selaku Koordinator Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Dr. Sugeng Purwanto, S.E., M.M., CMA. dan Virginia Mandasari, S.MB., MSM., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dorongan semangat selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.

6. Bapak dan Ibu dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.
7. Kedua orang tua yang telah memberikan kasih sayang, do'a, serta dukungan moril maupun materil yang menjadi dukungan utama saya dalam menyelesaikan studi ini.
8. Kharisma Eka Ardiansyah yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan menemani selama proses penyusunan skripsi ini sampai selesai.
9. Teman kuliah (Aulia, Brili, Ivena, Ana, Enjang, Jo, Fikri, Zidane, Rifqi, Gerry, Afghan, Ferdy, Javanka, dan Faizin) yang selalu menjadi tempat berbagi cerita, saling menyemangati, dan menemani dalam suka maupun duka selama masa perkuliahan.
10. Teman SMA (Dina, Fika, Elinda, Okta, Dzunnun, Vesti, Agzan, dan Fahtur) yang hingga kini masih setia memberikan dukungan dan semangat dalam masa perkuliahan hingga akhir penyelesaian skripsi.

Saya menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat, khususnya bagi mahasiswa Program Studi Manajemen di UPN "Veteran" Jawa Timur dan bagi pihak-pihak lainnya yang membutuhkan.

Surabaya, 08 Mei 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR TABEL.....	vi
ABSTRAK	vii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Manfaat Penelitian	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Landasan Teori	13
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian	22
2.4 Kerangka Konseptual	24
2.5 Hipotesis.....	25
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	26
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	26
3.2 Teknik Penentuan Sampel	31

3.3	Teknik Pengumpulan Sampel.....	33
3.4	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	35
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis.....	36
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....		50
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	50
4.2	Deskripsi Hasil Penelitian.....	52
4.3	Deskripsi Hasil Analisis Data.....	62
4.4	Pembahasan.....	71
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN.....		75
5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA		77
LAMPIRAN.....		81

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Makeup and Skincare Trend in Indonesia: More Minimalist.....	1
Gambar 1. 2 Konten Viral Dokter Detektif.....	3
Gambar 1. 3 Komentar Pada Konten Viral Dokter Detektif	4
Gambar 1. 4 Peningkatan Penjualan 5 Katagori Produk Kecantikan (2022-2024). 7	
Gambar 1. 5 Nilai Penjualan Serum Wajah Tertinggi di Semester 1 2024	7
Gambar 2. 1 Proses Pemasaran Kotler.....	14
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	25
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif.....	38
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....	39
Gambar 3. 3 Diagram Jalur Partial Least Square	42
Gambar 4. 1 Logo Skin1004	50
Gambar 4. 2 Jenis-Jenis Ampoule Serum Skin1004	51
Gambar 4. 3 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	68
Gambar 4. 4 Hasil Bootstrapping.....	70

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Konten Viral Pada TikTok @DokterDetektif.....	3
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Online Customer Review	55
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Social Media Influencer	58
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	60
Tabel 4. 6 Outer Loading	63
Tabel 4. 7 Cross Loading	65
Tabel 4. 8 Average Variance Extracted (AVE)	66
Tabel 4. 9 Construct Reliability dan Validity	67
Tabel 4. 10 R-Square.....	69
Tabel 4. 11 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Value, P-Value)	70

**PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW* DAN *SOCIAL MEDIA INFLUENCER* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
AMPOULE SERUM SKIN1004 PADA GENERASI Z
PENGGUNA TIKTOK DI KOTA SURABAYA**

Oleh :

**Indi Arimawasti
21012010282/FEB/EM**

ABSTRAK

Industri skincare di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya kesadaran akan perawatan kulit, khususnya di kalangan Generasi Z. TikTok sebagai platform yang populer turut membentuk pola konsumsi melalui ulasan konsumen dan konten influencer. Salah satu produk yang menonjol adalah Ampoule Serum Skin1004. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Online Customer Review* dan *Social Media Influencer* terhadap keputusan pembelian produk tersebut oleh Generasi Z pengguna TikTok di Surabaya.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan 108 responden yang dipilih melalui purposive sampling. Data dianalisis menggunakan *Partial Least Square–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi pemasaran digital berbasis ulasan dan influencer dalam membentuk keputusan pembelian konsumen muda.

Kata Kunci: Generasi Z; Keputusan Pembelian; *Online Customer Review*; *Social Media Influencer*