

PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FACE WASH* KAHF PADA PRIA GENERASI Z PENGGUNA TIKTOK DI KOTA SURABAYA

SKRIPSI



Oleh:

FIKRI IZZUDDIN MUCHSIN
21012010083/FEB/EM

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

**PENGARUH BRAND IMAGE, SOCIAL MEDIA INFLUENCER, DAN ONLINE
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN FACE
WASH KAHF PADA PRIA GENERASI Z PENGGUNA
TIKTOK DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI

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



Oleh :

FIKRI IZZUDDIN MUCHSIN
21012010083/FEB/EM

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

2025

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*, DAN *ONLINE CUSTOMER REVIEW* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FACE WASH* KAHF PADA PRIA GENERASI Z PENGGUNA
TIKTOK DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

Fikri Izzuddin Muchsin
21012010083FEB/EM

Telah Dipertahankan Dihadapan

Dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur

Pada Tanggal : 29 Agustus 2025

Pembimbing Utama

Tim Penguji Ketua



Rizky Dermawan, S.E., M.M.
NIP. 197210042001121001



Dra. Ec. Kustini, M.Si., CHRA
NIP. 196304291991032001

Anggota



Sulastri Irbayuni, S.E., M.M.
NIP. 196206161989032001

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 TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fikri Izzuddin Muchsin
NPM : 21012010083
Fakultas /Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen
Judul Skripsi/Tugas Akhir : Pengaruh *Brand Image*, Social Media Influencer dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Face Wash Kahf pada Pria Generasi Z pengguna Tiktok di Kota Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 14 Agustus 2025

Yang Menyatakan



Fikri Izzuddin Muchsin
NPM. 21012010083

KATA PENGANTAR

Puji Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga skripsi berjudul *“Pengaruh Brand Image, Social Media Influencer, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian Face Wash Kahf pada Pria Generasi Z Pengguna TikTok di Kota Surabaya”* dapat terselesaikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya 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. Dra. Ec. Nurjanti Takarini, M. Si. selaku dosen wali, atas bimbingan, perhatian, dan dukungan selama masa perkuliahan.
6. Rizky Dermawan, S.E, M.M., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan dorongan semangat selama proses penyusunan skripsi ini berlangsung.
7. Bapak dan Ibu dosen penguji yang telah memberikan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian ini.

8. Kedua orang tua dan adik tercinta (Djamrud Muksin, Triana Agusetiana, dan Fahmida Ifra), atas doa, kasih sayang, dukungan, serta pengorbanan yang tiada henti. Ayah yang menjadi teladan dalam keteguhan, kerja keras, dan keikhlasan, Ibu yang dengan penuh cinta selalu memberi kekuatan dan kesabaran, serta adikku yang senantiasa menghadirkan semangat dan keceriaan, kalian adalah alasan terbesar di balik setiap langkah perjuanganku.
9. Sahabat penulis (Maman, Putra Djilihama, Rama Ginting, Benz, Zirdan, Reza Conoras, Putri Ridya, Magfira Alwi, Khansa, Bilqis, Endru, Ari, Vivi, Alisya, Alvira, Angel), yang telah menemani perjalanan hidup dengan doa, dukungan, dan kebersamaan yang tulus. Jarak dan waktu tidak pernah mengurangi arti persahabatan kita, justru memperkuat keyakinan bahwa ikatan yang dibangun dari ketulusan akan selalu abadi. Terima kasih karena telah menjadi bagian dari cerita yang menguatkan saya hingga titik ini.
10. TDJ (Ary, Aris, Zidane, Gerry, Hatibie, Fikri Faizin, Afgan, Javanka, Ferdy, Enjang, Ana, Indi, Aul, Ivena, Brili), atas kebersamaan, kerja sama, dan dukungan yang telah kita lalui bersama selama masa perkuliahan. Setiap tawa, diskusi, perjuangan dalam tugas, hingga momen penuh tekanan menjelang ujian telah menjadi bagian tak terlupakan dalam perjalanan ini. Kalian bukan hanya rekan belajar, tetapi juga keluarga kedua yang selalu hadir untuk saling menguatkan. Semoga kebersamaan ini menjadi kenangan indah yang akan selalu kita bawa meski langkah kita kelak akan berbeda.
11. Cerwin Wafi dan Emerald sebagai teman satu dosen bimbingan, atas kebersamaan yang kita jalani, atas kesabaran yang kita pelajari saat menunggu

dosen dengan segala cerita dan keluh kesah yang mengiringinya, atas semangat yang kita bagikan dalam melewati setiap revisi, serta atas dukungan yang saling kita berikan di tengah rasa lelah dan putus asa, saya ucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Kehadiran kalian membuat proses bimbingan yang penuh tantangan berubah menjadi pengalaman berharga yang akan selalu saya kenang.

12. FC Barcelona sebagai klub sepak bola favorit penulis sejak 2009, atas inspirasi yang tak pernah padam, atas semangat juang yang selalu ditunjukkan di lapangan, serta atas filosofi “*Més que un club*” yang mengajarkan arti kebersamaan, loyalitas, dan kerja keras. Terima kasih telah menjadi sumber motivasi yang menguatkan langkah saya, baik dalam kehidupan maupun dalam menyelesaikan perjalanan akademik ini.

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, 31 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL.....	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.2 Landasan Teori.....	18
2.3 Hubungan Antar Variabel Penelitian	27
2.4 Kerangka Konseptual	30
2.5 Hipotesis.....	31
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	32
3.2 Teknik Penentuan Sampel.....	37
3.3 Teknik Pengumpulan Sampel	39
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	41

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	55
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	56
4.3 Deskripsi Hasil Analisis Data	66
4.4 Pembahasan.....	75
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	81
5.1 KESIMPULAN	81
5.2 SARAN	82
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN.....	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pertumbuhan Skincare Pria di Indonesia	1
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna Tiktok.....	2
Gambar 1. 3 Lonjakan pasar pembersih wajah (facial cleanser)	5
Gambar 1. 4 Lima Varian Face Wash Kahf.....	5
Gambar 1. 5 Influencer TikTok	8
Gambar 1. 6 Ulasan Positif Face Wash Kahf di TikTok.....	9
Gambar 1. 7 Review Negatif Pengguna Face Wash Kahf	10
Gambar 1. 8 Google Trend Face Wash Kahf Wilayah Surabaya Tahun 2025	11
Gambar 1. 9 Perbandingan Pangsa Pasar Face Wash Kahf	11
Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual	31
Gambar 3. 1 Model Indikator Reflektif.....	43
Gambar 3. 2 Model Indikator Formatif.....	45
Gambar 3. 3 Diagram Jalur Partial Least Square	47
Gambar 4. 1 Varian Face Wash Kahf	55
Gambar 4. 2 Diagram Jalur Hasil Output PLS.....	71
Gambar 4. 3 Hasil Bootstrapping	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Pangsa Pasar Face Wash Kahf Tahun 2023 - 2024	7
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	57
Tabel 4. 2 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Brand Image	58
Tabel 4. 3 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Social Media Influencer	60
Tabel 4. 4 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Online Customer Review	62
Tabel 4. 5 Frekuensi Hasil Jawaban Responden Mengenai Keputusan Pembelian	64
Tabel 4. 6 Outer Loading	67
Tabel 4. 7 Cross Loading	68
Tabel 4. 8 Average Variance Extracted (AVE)	69
Tabel 4. 9 Construct Reliability dan Validity	70
Tabel 4. 10 R-Square.....	72
Tabel 4. 11 Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Value, P-Value).....	73

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *SOCIAL MEDIA INFLUENCER*, DAN *ONLINE*
CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *FACE*
WASH KAHF PADA PRIA GENERASI Z PENGGUNA
TIKTOK DI KOTA SURABAYA**

Oleh :

Fikri Izzuddin Muchsin
21012010083/FEB/EM

Abstraksi

Peningkatan tren perawatan diri di kalangan pria Generasi Z terjadi seiring dengan tingginya intensitas penggunaan media sosial, khususnya TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, *social media influencer*, dan *online customer review* terhadap keputusan pembelian *face wash* Kahf pada pria Generasi Z pengguna TikTok di Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik *purposive sampling* dan melibatkan 105 responden. Data diperoleh melalui kuesioner daring dan dianalisis menggunakan metode *Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan implikasi praktis bagi pelaku industri dalam menyusun strategi pemasaran digital yang relevan dengan karakteristik konsumen pria Generasi Z.

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