

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *OLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAVIENA SKINCARE DI APLIKASI TIKTOK**

SKRIPSI



Oleh:

ROFI'ATUL FADHIILAH
21012010330/FEB/EM

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

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *ONLINE CUSTOMER*
REVIEW DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DAVIENA SKINCARE DI APLIKASI
TIKTOK**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Program Studi Manajemen



OLEH

NAMA : ROFI'ATUL FADHIILAH

2102010330/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR**

2025

SKRIPSI

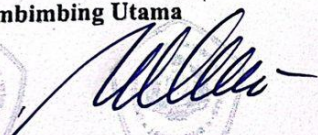
**PENGARUH INFLUENCER MARKETING, OLINE CUSTOMER REVIEW DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAVIENA SKINCARE DI APLIKASI TIKTOK**

Disusun Oleh:

ROFI'ATUL FADHILAH
21012010330/FEB/EM

Telah Dipertahakan Dihadapan
Dan Telah Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur
Pada Tanggal : 03 Oktober 2025

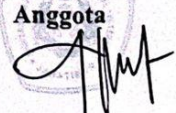
Pembimbing Utama


Dr. Sugeng Purwanto, SE, MM, CMA
NIP. 196801081989031001

Tim Penguji
Ketua


Prof. Dr. Yuniningsih, SE, M.SI.
NIP. 197006202021212001

Anggota


Dr. G. Oka Warmana, SE, MM
NIP. 198512052024061002

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 : Rofi'atul Fadhiilah
NPM : 21012010330
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, 22 Oktober 2025
Yang Membuat Pernyataan



Rofi'atul Fadhiilah
NPM. 21012010330

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Daviena Skincare di Aplikasi TikTok.” Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak menerima bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik secara moral maupun material. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 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. Bapak Dr.Sugeng Purwanto S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing yang selalu memberikan bimbingan dan masukan dalam penyusunan skripsi.
5. Ucapan terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada Pintu Surgaku Ibu Muji’ah tercinta atas doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang tiada henti diberikan. Berkat doa tulus dan kesabaran Ibu, penulis dapat menempuh pendidikan

hingga tahap ini. Terima kasih juga kepada Bapak Nasir tercinta, yang senantiasa mendampingi serta memberikan dukungan, perhatian, dan semangat tanpa henti. Kehadiran Ibu dan Bapak merupakan anugerah terindah yang selalu menjadi sumber kekuatan dan motivasi dalam setiap langkah penulis.

6. Muhammad Lutfi Habibi sebagai adik tercinta telah menjadi cahaya kecil yang selalu memberi semangat dengan tingkah polosmu yang sangat lucu di tengah perjuanganku menyelesaikan skripsi ini.

8. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada Murodul Khasib Al Ahmad atas kebersamaan dan dukungan yang diberikan sejak di bangku Madrasah. Terima kasih telah setia mendampingi, menjadi tempat berbagi cerita, suka maupun duka, serta selalu hadir memberikan semangat. Kehadiranmu telah menjadi penguat ketika penulis merasa lelah dan tempat kembali ketika dunia terasa begitu berat.

9. Sahabat penulis dibangku perkuliahan yang selalu membersamai dalam empat tahun ini yaitu : Dian, Dyna, Risma, Cahya, Rosa, Lia, Ella, Novita dan Nisa

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis tulis satu per satu yang telah banyak membantu selama penulisan penelitian ini.

11. Untuk diri sendiri, Rofiatul Fadhiilah, terima kasih telah berusaha sekuat tenaga hingga sejauh ini. Terima kasih karena tetap berdiri kokoh dalam berbagai kondisi, belajar merayakan pencapaian kecil dengan secangkir kopi, Sebungkus Dimsum Mentai, semangkuk bakso, atau makanan sederhana lainnya. Meski sering merasa putus asa atas kegagalan, kamu memilih untuk tidak menyerah dan terus bersyukur atas segala takdir Allah. Terima kasih karena berusaha terlihat kuat dan ceria dalam proses ini, meskipun kadang hati ingin menangis dan berhenti. Terima kasih telah

menepati janji pada diri sendiri, menyelesaikan tanggung jawab dari awal hingga akhir. Hari ini, kamu berhasil. You did it!

Dengan demikian, penulis sangat mengharapkan adanya kritik maupun saran yang bersifat konstruktif untuk penyempurnaan skripsi ini. Penulis juga berharap semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat dan menjadi referensi yang berguna bagi pembaca maupun pihak lain yang membutuhkan.

Surabaya, 28 Juli 2025

Penulis

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, *OLINE CUSTOMER REVIEW* DAN
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DAVIENA SKINCARE DI APLIKASI TIKTOK**

Oleh :

**ROFI'ATUL FADHIILAH
21012010330/FEB/EM**

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan pesatnya arus informasi di era modern telah mendorong peningkatan signifikan dalam penggunaan internet di Indonesia. Sejak tahun 2018 hingga 2024, jumlah pengguna internet menunjukkan tren kenaikan yang konsisten. Berdasarkan data dari Goodstats.id, pengguna internet di Indonesia meningkat dari 106 juta pada tahun 2018 menjadi lebih dari 185 juta pada tahun 2024. Sebagian besar pengguna, yaitu sekitar 98,9%, mengakses internet melalui perangkat ponsel untuk mencari informasi dan beraktivitas di media sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Influencer Marketing, Online Customer Review, dan Brand Image terhadap keputusan pembelian produk Daviena Skincare di aplikasi TikTok. Latar belakang penelitian ini berangkat dari meningkatnya penggunaan internet dan media sosial di Indonesia, yang mendorong perubahan pola perilaku konsumen dalam melakukan pembelian secara digital. Platform TikTok, sebagai salah satu media sosial dengan pengguna terbanyak, menjadi sarana strategis dalam promosi dan komunikasi merek di era digital. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan non-probability sampling melalui teknik purposive sampling. Responden dalam penelitian ini ditentukan berdasarkan kriteria: berusia 17 tahun ke atas, memiliki akun TikTok, pernah melihat iklan atau video review influencer produk Daviena Skincare, serta pernah melihat ulasan pelanggan secara online. Berdasarkan rumus Ghazali (2011), jumlah sampel ditetapkan sebanyak 130 responden dari 13 indikator penelitian.

Kata kunci: *Influencer Marketing*, *Online Customer Review*, *Brand Image*, *Keputusan Pembelian*

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	iii
DAFTAR TABEL	iv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	27
1.3 Tujuan Penelitian	27
1.4 Manfaat Penelitian	28
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	33
2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
2.2 Landasan Teori	35
2.2.1 Pemasaran	35
2.2.2 Manajemen Pemasaran	38
2.2.3 Perilaku Konsumen.....	45
2.2.4 <i>Influencer Marketing</i>	54
2.2.5 <i>Online Customer Review</i>	59
2.2.6 <i>Brand Image</i>	62
2.2.7 Keputusan Pembelian	65
2.3 Hubungan Antar Variabel.....	67
2.3.1 Pengaruh <i>Influencer</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	67
2.3.2 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> terhadap Keputusan Pembelian	67
2.3.3 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian	68
2.4 Kerangka Berpikir	68
2.5 Hipotesis.....	69
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	70
3.1 Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	70
3.2 Pengukuran Variabel	80
3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	84
3.3.1 Populasi	84
3.3.2 Sampel	84
3.4 Teknik Pengumpulan Data	87
3.4.1 Jenis Data.....	87

3.4.2 Sumber Data	88
3.4.3 Metode Pengumpulan Data	90
3.5 Teknik Analisis Dan Uji Hipotesis.....	93
3.5.1 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	94
3.5.2 Cara Kerja PLS.....	97
3.5.3 Uji Hipotesis	102
3.5.4 Asumsi PLS	103
3.5.5 Ukuran Sampel	104
BAB IV	108
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	108
4.1 Deskripsi Obyek Penelitian.....	108
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian.....	108
4.2.1 Karakteristik Responden	112
4.2.2 Deskripsi Data Variabel	119
4.2.2.1 Variabel Online Customer Review (X1).....	119
4.2.2.2 Variabel Online Customer Review (X2).....	121
4.2.2.3 Variabel <i>Brand Image</i> (X3)	122
4.2.2.4 Variabel Keputusan pembelian (Y).....	122
4.3 Analisis dan Pengujian Hipotesis.....	125
4.3.1 Analisis Model PLS	125
4.3.2. Interpretasi Hasil PLS.....	126
4.3.2.1 Inner Model (Pengujian Model Struktural)	136
4.3.2.3 Pengujian Hipotesis	137
4.4 Pembahasan Hasil penelitian	140
BAB V	159
KESIMPULAN DAN SARAN.....	160
5.1 Kesimpulan	160
5.2 Saran	161
DAFTAR PUSTAKA	163

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 8 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar di Dunia	5
Gambar 1.3 <i>Brand</i> Pelembab Wajah dengan Penjualan Terbesar di Tiktokshop ...	11
Gambar 1. 4 Review produk Daviena oleh <i>Influencer</i>	23
Gambar 1.5 Review penggunaan skincare	11
Gambar 1.6 Penjualan Daviena <i>Skincare</i> di Tiktokshop.....	12
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	29
Gambar 3.2 Diagram Jalur.....	45

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran	83
<i>Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i>	<i>116</i>
<i>Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i>	<i>117</i>
Tabel 4. 3 Frekuensi Jawaban Responden Variabel Online Customer Review (X2)	121
Tabel 4. 4 <i>Cross Loadings</i>	130
Tabel 4. 5 Average variance extracted (AVE)	133
Tabel 4. 6 Composite Reliability	134
Tabel 4. 7 R-Square	137
Tabel 4. 8 Uji Hipotesis	138