

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING*, DISKON, *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK *SKINCARE* SKINTIFIC PADA
TIKTOKSHOP**

(STUDI KASUS MASYARAKAT KONSUMEN KABUPATEN JEMBER)

SKRIPSI

“Di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen”



Oleh : NUR VIKIYAH AMALINA SIHAM

2110411063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2025

**PENGARUH INFLUENCER MARKETING, DISKON, ONLINE CUSTOMER REVIEW
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SKINTIFIC PADA
TIKTOKSHOP**

(STUDI KASUS MASYARAKAT KONSUMEN KABUPATEN JEMBER)

SKRIPSI

“Di ajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen”



Oleh : NUR VIKIYAH AMALINA SIHAM

2110411063

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

2025

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Vikiyah Amalina Siham

NIM : 2110411063

Prodi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa karya ilmiah yang berupa skripsi ini yang berjudul : *PENGARUH INFLUENCER MARKETING, DISKON, ONLINE CUSTOMER REVIEW TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKINCARE SKINTIFIC PADA TIKTOKSHOP STUDI KASUS MASYARAKAT KONSUMEN KABUPATEN JEMBER* : merupakan hasil karya sendiri. Kecuali dalam beberapa kutipan substansi yang telah saya sebutkan sumbernya. Belum pernah diajukan dalam institusi manapun, serta bukan plagiat atau jiplakan. Saya akan bertanggung jawab atas keaslian, serta keabsahan dan kebenaran isinya dengan sikap ilmiah.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, tanpa adanya tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta saya bersedia memperoleh sanksi akademik dan siap dituntut dimuka hukum, jika ternyata dikemudian hari ada pihak-pihak yang dirugikan dari pernyataan yang tidak benar tersebut.

Jember, 13 Mei 2025

Yang menyatakan

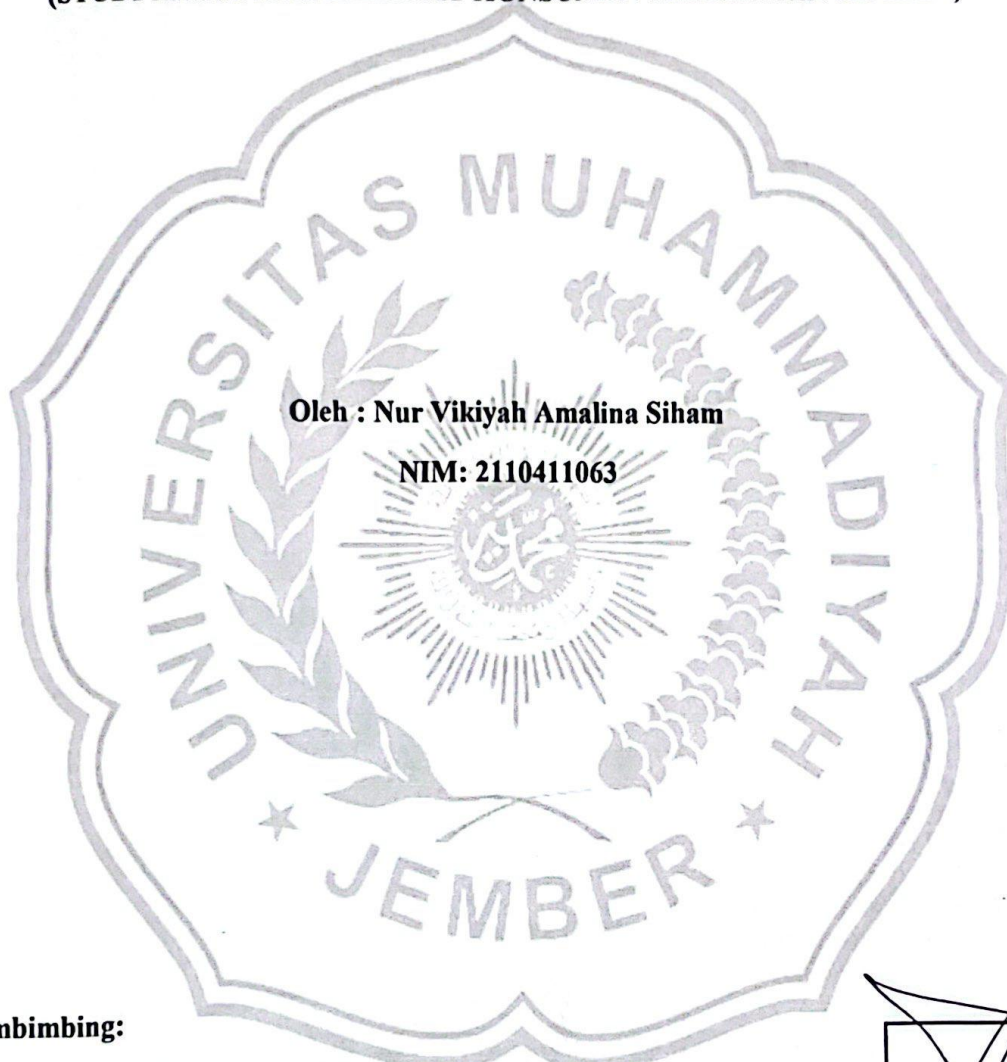


Nur Vikiyah Amalina Siham

NIM. 2110411063

SKRIPSI

**PENGARUH *INFLUENCER MARKETING* DISKON *ONLINE CUSTOMER REVIEW*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SKINCARE* SKINTIFIC PADA
TIKTOKSHOP
(STUDI KASUS MASYAKARAT KONSUMEN KABUPATEN JEMBER)**



Oleh : Nur Vikiyah Amalina Siham

NIM: 2110411063

Pembimbing:

Dosen pembimbing Utama : Drs. Akhmad Suharto, M.P

Dosen pembimbing Pendamping : Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.SI

PENGESAHAN

Skripsi berjudul : Pengaruh *Influencer Marketing* , Diskon , *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Skintific Pada Tiktokshop Studi Kasus Masyarakat Konsumen Kabupaten Jember, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 26 Juni 2025

Tempat : Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Tim Penguji

Dr. Haris Hermawan, SE., MM
NPK: 1968101011503640

Anggota 1

Anggota 2



Drs. Akhmad Suharto M.P
NPK: 1962120118906242



Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.Si
NPK: 1964110818407039

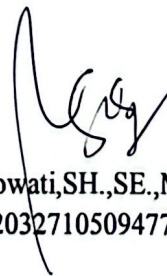
Mengesahkan,

Dekan Fakultas Ekonomi,

Ketua Program Studi,



Mahem Ika Sari, SE., MM.
NIP. 197708112005012001



Dr. Trias Setyowati, SH., SE., MM.
NPK. 1972032710509477

PERSEMBAHAN

Denga rasa bahagia dan penuh rasa syukur yang mendalam atas selesainya Skripsi ini telah terselasaikan, dan dipersembahkan untuk:

1. Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat berkat dan hidahnya sehingga dalam proses mengerjakan skripsi ini diberikan kemudahn serta kelancaran dalam proses bimbingan maupun sidang.
2. Ayahku cinta pertamaku nyawaku, terimakasih selalu memberikan semuanya yang terbaik selama proses pendidikan dari awal sampai menyandang gelar sarjana ini, terimakasih ata pengorbanan waktu,tenaga,materi dan semua yang kau berikan semata-mata hanya untuk keberhasilan masa depanku, terimakasih sudah banyak mengalah dalam segala hal dan tak pernah kenal kata lelah untuk memberikan segala sesuatu yang aku minta. Terimakasih atas cinta tulus dan kasih sayang yang ayah berikan selama ini. Untuk mamaku terimakasih sudah sangat sabar dan menamani ayah dalam proses sulit yang menjadi cobaan kita akhir-akhir ini dan tak kalah pentingnya doa tulusmu yang selalu menamaniku saat aku jauh diperantauan, ayah mama terimakasih ya, tidak bisa disebutkan disini atas cinta tulus luar biasa kalian selama ini,aku harap Allah selalu melindungi ayah mama didunia maupun akhirat nanti, semoga suksesku selalu bersama kalian dengan keadaan sehat dan panjang umur,Aaaminnn.
3. Adikku tercinta Tyo Cycyl dan Miekhayla terimakasih sudah hadir di dunia karna kalian penulis jadi semangat dalam menyelesaikan tugas skripsi ini.
4. Daffukii terimakasih sudah menemani selama ini, menjadi seseorang yang selalu mau bersama dan kapanpun yang penulis mau selagi ada waktu. Terimakasih atas waktu,tenaga,materi, yang dikorbankan selama ini.
5. Teman terdekat penulis salah satunya Ulva terimakasih sudah menjadi teman yang sangat banyak membantu dalam proses tugas kuliah selama ini dan proses penyelesaian skripsi ini, dan temanku Abing,Andin,Alvy,Sisil terimakasih karena canda tawa kalian serta kebersamaan kalian selama merantau di Jember sangat memberikan kesan luar biasa kepada penulis
6. Teman kelas B manajemen 21 yang sama-sama berjuang dalam proses tugas kuliah dan skripsi selama ini, terima kasih atas kebersamaan serta kerjasamanya.
7. Kepada Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis terimakasih penulis ucapkan, terutama kepada Dosen pembimbing penulis yaitu Ibu Wenny Murtalining Tyas M,Si yang sangat sabar dan mempermudah penulis dalam proses bimbingan dan Bapak Drs. Akhmad Suharto M.P selaku dosen pembimbing pertama penulis yang memberikan ilmu dan arahan dalam proses pengerjaan skripsi ini
8. Dan yang terakhir adalah kepada diri sendiri, terima kasih sudah bertahan dan ingin berubah dan berhasil keluar dari zona nyaman, kegigihan dan percaya diri disaat kuliah dan bisa bertahan dan selalu mencoba lebih baik dari sebelumnya. Yang terpenting percaya diri di saat mengerjakan skripsi ini meskipun berat dan menguras waktu dan tenaga dan akhirnya bisa menyelesaikan dengan baik dan semaksimal mungkin.

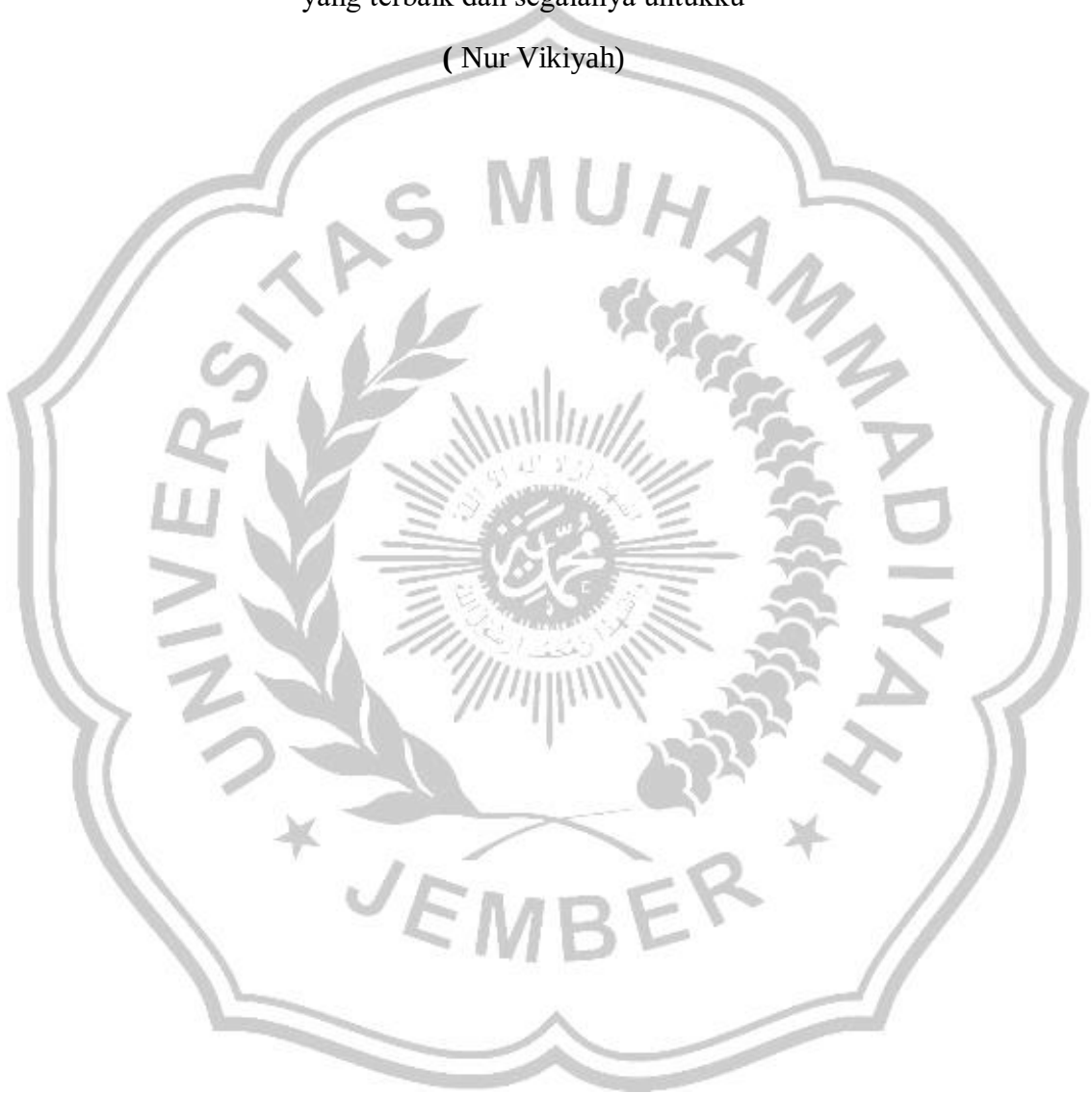
MOTTO

“ Allah tidak akan membebani seorang hambanya melainkan sesuai dengan kesanggupannya “

(Al – Baqarah : 286)

“ Tanpa ayah dan mama, apalah arti kehidupan ini, hanya kehampaan yang akan terasa, sebab itu aku akan berusaha untuk membuat hari-hari mereka penuh bahagia. Ayah mama kalianlah yang terbaik dan segalanya untukku “

(Nur Vikiyah)



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat Rahmat dan Karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini dengan judul “ Pengaruh *Influencer Marketing* ,Diskon ,*Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian *Skincare* Skintific Pada Tiktokshop (Studi Kasus Masyarakat Konsumen Kabupaten Jember). Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (SI) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam Menyusun proposal skripsi ini banyak mendapat dukungan, bimbingan bantuan dan kemudahan dari berbagai pihak sehingga proposal skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Hanafi, M.Pd. selaku Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Maheni Ika Sari, SE. MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Dr. Trias Setyowati, SH.,SE.,MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Drs. Akhmad Suharto, M.P selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam penulisan proposal skripsi ini.
5. Dra. Wenny Murtalining Tyas, M.SI selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan dengan penuh kesabaran dalam penulisan proposal skripsi ini.
6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi & Bisnis Program Studi Manajemen, Dan
7. Seluruh staff dan karyawan Fakultas Ekonomi & Bisnis di Universitas Muhammadiyah Jember

Jember 19 Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

PERNYATAAN	ii
PENGESAHAN.....	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRAC.....	viii
MOTTO	ix
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran	9
2.1.2 <i>Influencer Marketing</i>	9
2.1.2.1 Pengertian <i>influencer Marketing</i>	9
2.1.2.2 Jenis- Jenis <i>Influencer Marketing</i>	10
2.1.2.3 Tujuan <i>Influencer Marketing</i>	10
2.1.2.4 Indikator <i>Influencer Marketing</i>	11
2.1.3 Diskon.....	11
2.1.3.1 Pengertian Diskon.....	11
2.1.3.2 Tujuan Diskon	11
2.1.3.3 Jenis – jenis diskon	12
2.1.3.4 Indikator Diskon	12
2.1.4 <i>Online customer Review</i>	12
2.1.4.1 Pengertian <i>Online customer Review</i>	12
2.1.4.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi <i>Online Customer Review</i>	13
2.1.4.3 Indikator <i>Online Customer Review</i>	13

2.1.5 Keputusan Pembelian	13
2.1.5.1 Pengertian keputusan pembelian	13
2.1.5.2 Faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	13
2.1.5.3 Indikator keputusan pembelian.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	15
2.3 Kerangka Konseptual	18
2.4 Hipotesis Penelitian.....	18
2.4.1 Pengaruh <i>influencer Marketing</i> terhadap keputusan pembelian.....	19
2.4.2 Pengaruh Diskon terhadap keputusan pembelian	19
2.4.3 Pengaruh <i>Online customer Review</i> terhadap keputusan pembelian.....	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Identifikasi Variabel	20
3.1.1 Variabel Independen.....	20
3.1.2 Variabel Dependen	20
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.2.1 Definisi Operasional Variabel.....	20
3.3 Populasi dan Sampel	22
3.3.1 Populasi.....	22
3.3.2 Sampel	22
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.4 Jenis Data.....	23
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Teknik Analisis Data	24
3.7 Uji instrument Data	24
3.7.1 Uji Validitas	24
3.7.1 Uji Reliabilitas.....	24
3.8 Uji Asumsi Klasik	24
3.8.1 Uji Normalitas	24
3.8.2 Uji Multikolinieritas	25
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas	25
3.8.4 Analisis Regresi Linier Berganda	25
3.8.5 Hipotesis Penelitian	26
3.8.5.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum <i>Skincare</i> Skintific.....	43
4.1.1 Visi dan Misi <i>Skincare</i> Skintific.....	44

4.2 Gambaran Umum Responden	44
4.2.1 Karakteristik Responden	44
4.2.1.1 Karakteristik Jenis Kelamin	45
4.3 Hasil Analisis Data	45
4.3.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	45
4.4 Uji Instrumen Data	50
4.4.1 Uji Validitas	50
4.4.2 Uji Reabilitas	51
4.5 Uji Asumsi Klasik	51
4.5.1 Uji Normalitas	51
4.5.2 Uji Multikolnieritas	53
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	53
4.6 Analisis Linear Berganda	54
4.7 Uji Hipotesis Penelitian	55
4.7.1 Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)	55
4.7.2 Uji Determinasi (R ²)	56
4.8.1 Pengaruh <i>Influencer marketing</i> Terhadap Keputusan Pembelian	56
4.8.2 Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian	57
4.8.3 Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Keputusan Pembelian	58
BAB 5 KESIMPULAN	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran	43
DAFTAR PUSTAKA	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data pengguna Tiktok 2024.....	1
Tabel 1.2 Data penjualan produk Skintific.....	3
Tabel 1.3 Pra Survei mengenai <i>influencer marketing</i>	5
Tabel 1.4 Pra Survei mengenai Diskon.....	5
Tabel 1.5 Pra Survei mengenai <i>Online customer review</i>	6
Tabel 2.1 Peneliti terdahulu.....	15
Tabel 4.1 Jenis Produk Skintific.....	44
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Usia	45
Tabel 4.4 Frekuensi Hasil Pernyataan Responden Terhadap Influencer Marketing	46
Tabel 4.5 Frekuensi Hasil Pernyataan Responden Terhadap Diskon.....	47
Tabel 4.6 Frekuensi Hasil Pernyataan Responden Terhadap Online Customer Review	48
Tabel 4.7 Frekuensi Hasil Pernyataan Responden Terhadap Keputusan Pembelian	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Data Validitas	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Reabilitas	51
Tabel 4.10 Hasil uji Multikolinieritas	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Analisis Linear Berganda.....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Signifikasi Uji T	55
Tabel 4.13 Hasil Uji Determinasi	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Skintific.....	2
Gambar 2.1 Kerangka konseptual.....	18
Gambar 4.1 Logo Skintific.....	43
Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas	52
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian	49
Lampiran 2. Rekapitulasi Kuesioner.....	53
Lampiran 3. Data Responden	66
Lampiran 4. Frekuensi Pernyataan Responden	70
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas.....	76
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas	81
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Uji Asumsi Klasik	83
Lampiran 8. Hasil Uji Hipotesis Signifikansi Parameter Individual (Uji T)	86
Lampiran 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	88

