



BEAUTY
INFLUENCER

@HANUMMEGAA

**PENGARUH *REVIEW BEAUTY INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ERA PANDEMI *COVID – 19*
(Survei Pada *Followers Instagram @hanummegaa*).**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Nama : Vina Ananda Nurlutfi

Nim : 1710411076



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
"VETERAN" JAKARTA**

2021

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini aku persembahkan untuk kedua orang tua ku, mama dan papa yang senantiasa selalu mendukung tanpa menuntut dan mendoakanku di setiap detiknya.

Skripsi ini aku persembahkan untuk mereka yang selalu mendorongku untuk terus mencoba hingga berhasil menyelesaikan deretan tulisan yang penuh perjuangan ini.

Skripsi ini aku persembahkan untuk diri ku. Terimakasih atas malam - malam panjang yang sudah dilalui, mata yang sulit tertidur, dan kepala yang sakit. Terimakasih karena sudah berjuang sampai saat ini, mari kita berjuang sedikit lagi.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar

Nama : **Vina Ananda Nurlutfi**

NIM : **1710411076**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 29 Juni 2021

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and '7E2C7AJX214650608'. The signature is written in a cursive style.

Vina Ananda Nurlutfi

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Vina Ananda Nurlutfi

NIM : 1710411076

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : -

Judul : Pengaruh *Review Beauty Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian di Era Pandemi *Covid - 19* (Survei pada *followers instagram @hanummegaa*)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing I



Dr. Antar Venus, M.A.Comm.

Pembimbing II



Dra. Hermina Manihuruk, MM.

Ketua Program Studi



Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal Ujian: 19 Juli 2021

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vina Ananda Nurlutfi
NIM : 1710411076
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsetrasi : -

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksekutif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas karya ilmiah yang berjudul: **Pengaruh *Review Beauty Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian di Era Pandemi Covid - 19 (Survei pada *followers instagram @hanummegaa*)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasi skripsi Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Juni 2021

Yang menyatakan,



Vina Ananda Nurlutfi

**PENGARUH *REVIEW BEAUTY INFLUENCER* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI ERA PANDEMI *COVID – 19*
(Survei Pada *Followers Instagram @hanummegaa*).**

Abstrak

Kehadiran media sosial *instagram* saat ini mendorong serta menciptakan munculnya *influencer*. *Influencer* merupakan sebutan bagi seseorang yang memiliki pengaruh dalam membentuk opini dan sikap seseorang. Salah satu kategori *influencer* adalah *beauty influencer* yang mana *beauty influencer* berfokus membuat konten *review* produk yang berkaitan dengan dunia kecantikan. *Review* produk kecantikan memberikan dorongan kepada wanita untuk memutuskan membeli sebuah produk kecantikan yaitu sebanyak 64,7%. Penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh *review beauty influencer* terhadap keputusan pembelian di era pandemi *covid – 19*. Teori yang digunakan adalah teori *cognitive response*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan selama 10 bulan dari bulan Oktober hingga bulan Juli. Sampel penelitian ini adalah *followers instagram @hanummegaa* yang berjumlah 100 responden. Penelitian ini menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari *review beauty influencer* terhadap keputusan pembelian di era pandemi *covid – 19* yang berdasarkan dari uji hipotesis dengan hasil t hitung $9,314 > 1,661$ t tabel. Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh, yaitu sebesar 46,9% keputusan pembelian dipengaruhi oleh *review beauty influencer*. Hasil Uji regresi menunjukkan nilai konsisten variabel Y sebesar 1,919 sedangkan koefisien regresi X sebesar 0,488 berdasarkan hasil tersebut maka dapat dikatakan arah pengaruh *review beauty influencer* (variabel X) terhadap keputusan pembelian (variabel Y) dikatakan positif.

Kata kunci: *review beauty influencer*, media sosial *instagram*, keputusan pembelian, *cognivite response theory*.

***THE INFLUENCE OF BEAUTY INFLUENCERS REVIEWS ON
PURCHASE DECISIONS IN THE ERA COVID – 19 PANDEMIC
(survey on Instagram followers @hanummegaa)***

Abstract

The presence of instagram social media today encourages and creates the emergence of influencers. Influencer is a term for someone who has influence in shaping a person's opinions and attitudes. One of the influencer categories is beauty influencers, in which beauty influencers focus on creating product review content related to the world of beauty. Beauty product reviews give encouragement to women to decide to buy a beauty product, which is 64.7%. This study aims to see how much influence beauty influencer reviews have on purchasing decisions in the era of the Covid-19 pandemic. The theory used is cognitive response theory. This research uses quantitative research methods. This research was conducted for 10 months from October to July. The sample of this research is the followers of instagram @hanummegaa, amounting to 100 respondents. This study uses a questionnaire for data collection. The results showed that the influence of beauty influencer reviews on purchases in the Covid-19 pandemic era was based on hypothesis test with the results of t calculate $9.314 > 1.661$ t table. The coefficient of determination shows the magnitude of the influence, namely 46.9% of the purchase decision is influenced by the beauty influencer review. The regression test results show the consistent value of variable Y is 1.919 while the regression coefficient X is 0.488. Based on these results, it can be said that the direction of the influence of the beauty influencer review (variable X) on purchasing decisions (variable Y) is said to be positive.

Keywords: *review beauty influencer, social media instagram, purchase decision, cognivite response theory.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Review Beauty Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian di Era Pandemi *Covid - 19* (Survei pada *followers instagram @hanummegaa*)”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti telah mendapat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada:

1. Dr. Antar Venus, M.A.Comm selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahnya selama proses penyusunan skripsi.
2. Dra. Hermina Manihuruk,MM selaku Dosen Pembimbing 2 yang senantiasa memberikan arahan, mengingatkan dan sekaligus menjadi penyemangat dalam proses penulisan skripsi.
3. Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta.
4. Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan “Veteran” Jakarta.
5. Muhammad Jalaluddin Rumi, atas segala doa serta dukungannya dari awal hingga akhir, dan selalu menjadi penyemangat bagi penulis dan memberikan motivasi hingga dapat terselesaikan.
6. Yolanda Gloria, atas semua masukan dan arahan terkait penulisan dari awal hingga akhir, dan tidak pernah bosan mendengar keluh kesah peneliti.
7. Teman-teman seperjuangan skripsi, Ghania, Alya, Vira dan Fira yang senantiasa juga memberikan semangat selama proses penelitian dan

penyusunan skripsi. Teman-teman dekat peneliti, Brenda Sinaga dan Rani Kusuma, Gawangers, yang selalu membantu dan menghibur peneliti.

8. Rekan-rekan dan seluruh pihak yang telah membantu peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran sangat diharapkan guna meningkatkan mutu dari penelitian ini.

Jakarta, 29 Juni 2021



Vina Ananda Nurlutfi

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
PENGESAHAN SKRIPSI	
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Konsep Penelitian.....	16
2.2.1 <i>Review Beauty influencer</i>	16
2.2.2 Keputusan Pembelian	19
2.2.3 Media sosial <i>Instagram</i>	23
2.2.3.1 Instagram @Hanummegaa.....	26
2.3 Teori Penelitian	27
2.3.1 <i>Cognitive Response Model</i> (Model Respon Kognitif).....	27

2.4	Kerangka Berpikir	30
2.5	Operasional Variabel	31
2.6	Hipotesis	32
BAB III	METODE PENELITIAN	33
3.1	Pendekatan Penelitian.....	33
3.1.1	Jenis Penelitian	33
3.1.2	Paradigma Penelitian	33
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.2.1	Populasi.....	34
3.2.2	Sampel	34
3.3	Metode Pengumpulan Data	36
3.4	Metode Analisis Data	37
3.4.1	Uji Validitas	37
3.4.2	Uji Reliabilitas	39
3.4.3	Uji Regresi	41
3.4.4	Uji Signifikasi	42
3.4.6	Koefisien Determinasi	42
3.4.5	Uji Hipotesis	43
3.5	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	43
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	45
4.1.1	Profil Hanum Mega	45
4.2	Hasil Penelitian.....	47
4.2.1	Karatekristik Responden.....	47
4.2.2	Data Analisis Variabel X	51

4.2.3	Data Analisis Variabel Y	60
4.3	Teknik Analisis Data	66
4.3.1	Uji Validitas	66
4.3.2	Uji Reabilitas	68
4.3.3	Uji Regresi	69
4.3.4	Uji Signifikasi	70
4.3.5	Koefisien Determinasi	71
4.3.6	Uji Hipotesis	72
4.4	Pembahasan	73
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	79
	DAFTAR PUSTAKA	80
	LAMPIRAN.....	85

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. Kerangka Berpikir.....	30
Tabel 3. Operasional Variabel.....	31
Tabel 4. Skala Likert.....	36
Tabel 5. Uji Validitas Variabel X <i>Pre – Test</i>	38
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Y <i>Pre – Test</i>	39
Tabel 7. Uji Realiabilitas.....	40
Tabel 8. Uji Realibilitas Variabel X.....	41
Tabel 9. Uji Realibilitas Variabel Y.....	41
Tabel 10. Rincian Waktu Penelitian.....	44
Tabel 11. Usia Responden.....	47
Tabel 12. Jenis Kelamin.....	48
Tabel 13. Domisili Responden.....	49
Tabel 14. Pendidikan.....	49
Tabel 15. Pengeluaran Reponden.....	50
Tabel 16. Pertanyaan 1.....	51
Tabel 17. Pernyataan 1.....	52
Tabel 18. Pernyataan 2.....	52
Tabel 19. Pernyataan 3.....	53
Tabel 20. Pernyataan 4.....	54
Tabel 21. Pernyataan 5.....	55

Tabel 22. Pernyataan 6.....	56
Tabel 23. Pernyataan 7.....	57
Tabel 24. Pernyataan 8.....	58
Tabel 25. Pernyataan 9.....	59
Tabel 26. Pernyataan 10.....	60
Tabel 27. Pernyataan 1.....	61
Tabel 28. Pernyataan 2.....	62
Tabel 29. Pernyataan 3.....	63
Tabel 30. Pernyataan 4.....	64
Tabel 31. Pernyataan 5.....	65
Tabel 32. Pernyataan 6.....	66
Tabel 33. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	67
Tabel 34. Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	68
Tabel 35. Hasil Uji Reabilitas Variabel X.....	68
Tabel 36. Hasil Uji Reabilitas Variabel Y.....	69
Tabel 37. Hasil Uji Regresi.....	69
Tabel 38. Hasil Uji Signifikasi.....	70
Tabel 39. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	83
Lampiran 2. Hasil Uji Validitas.....	88
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner.....	91
Lampiran 4. Hasil Pemeriksaan Turnitin	96
Lampiran 5. Data Diri.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Diagram pola konsumsi masyarakat sebelum <i>covid</i> – 19.....	4
Gambar 2	Diagram pola konsumsi masyarakat setelah <i>covid</i> – 19.....	5
Gambar 3	<i>Beauty influencer</i> Hanum Mega.....	27
Gambar 4	<i>Cognitive Response Model</i>	28
Gambar 5	Profil Hanum Mega.....	45