

Judul Skripsi:

PENGARUH ONLINE REVIEW DALAM KANAL YOUTUBE FEMALE DAILY NETWORK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE OLEH REMAJA PEREMPUAN

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta untuk memenuhi persyaratan guna memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

NAMA: SOFIA DIVA WIDIARTI

NIM: 1710411062



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

2023

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Sofia Diva Widiarti

NIM : 1710411062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 7 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Sofia Diva Widiarti

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sofia Diva Widiarti
NIM : 1710411062
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas royalti non eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul: ***PENGARUH ONLINE REVIEW DALAM KANAL YOUTUBE FEMALE DAILY NETWORK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE OLEH REMAJA PEREMPUAN***

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 mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Tanggal: 7 Juli 2023

Yang Menyatakan,



Sofia Diva Widiarti

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Sofia Diva Widiarti

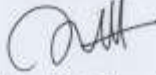
NIM : 1710411062

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh *Online Review* dalam Kanal Youtube *Female Daily Network*
Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Oleh Remaja Perempuan

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku oleh Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Pembimbing Utama dan Pembimbing Pendamping. Serta dinyatakan layak untuk disajikan.

Pembimbing I



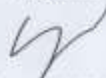
Ratu Nadya W., S.Ikom, MM

Penguji I



Yani Hendrayani, Ph.D

Penguji II



Ratu Laura Mulia BP., M.SC

Ketua Program Studi



Azwar, S.S, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 7 Juli 2023

***PENGARUH ONLINE REVIEW DALAM KANAL YOUTUBE FEMALE
DAILY NETWORK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE OLEH
REMAJA PEREMPUAN***

SOFIA DIVA WIDIARTI

ABSTRAK

Peningkatan peran teknologi informasi dan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari telah menciptakan budaya media baru (*new media*) atau biasa disebut dengan era revolusi industri 4.0. Media sosial yang digunakan dalam mencari informasi salah satunya adalah Youtube. Salah satu fenomena yang ramai diperbincangkan dalam media sosial adalah “*GlowUp Challenge*”. *Female Daily Network* merupakan *platform beauty review* yang memberikan rekomendasi mengenai berbagai produk perawatan kulit. Maka dari permasalahan tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa besarnya pengaruh *online review* dalam kanal Youtube *Female Daily Network* terhadap minat beli produk *skincare* oleh remaja perempuan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori respon kognitif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, jenis eksplanatif dengan metode survei. Pengumpulan data penelitian didapat dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang sudah sesuai dengan kriteria penelitian, kemudian melalui uji validitas dan reliabilitas. Data penelitian dianalisis dengan melihat hasil olah data dari uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis melalui program SPSS 26. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapatkan bahwa nilai variabel X (*online review*) memiliki korelasi terhadap variabel Y (minat beli) sebesar 71,4% hal ini selaras dengan perolehan hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 15,662 > dari t tabel yaitu 1,660 yang berarti bahwa adanya pengaruh yang cukup besar dan signifikan antara *online review* dalam kanal Youtube *Female Daily Network* terhadap minat beli produk *skincare* oleh remaja perempuan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi yang dapat dikembangkan dengan lebih baik kedepannya.

Kata kunci: *Female Daily Network*, Minat Beli, *Online Review*, Youtube, Teori Respon Kognitif

***THE EFFECT OF ONLINE REVIEW IN FEMALE DAILY NETWORK
YOUTUBE CHANNEL ON THE PURCHASE INTEREST OF
SKINCARE PRODUCTS BY TEENAGE WOMENS***

SOFIA DIVA WIDIARTI

ABSTRACT

The increasing role of information and communication technology in everyday life has created a new media culture or commonly referred to as the era of the industrial revolution 4.0. One of the social media used in finding information is Youtube. One of the phenomena that is widely discussed on social media is the "GlowUp Challenge". Female Daily Network is a beauty review platform that provides recommendations on various skincare products. So from these problems, the purpose of this study was to analyze the influence of online reviews on the Youtube Female Daily Network channel on the interest in buying skincare products by teenage girls. The theory used in this research is cognitive response theory. This study uses a quantitative approach, explanative type with survey methods. The collection of research data was obtained from the results of distributing questionnaires to 100 respondents who were in accordance with the research criteria, then through validity and reliability tests. The research data were analyzed by looking at the results of data processing from simple linear regression tests, coefficient of determination tests, and hypothesis testing through the SPSS 26 program. Based on the results of the coefficient of determination test it was found that the value of variable X (online review) has a correlation with variable Y (purchase intention) of 71.4%, this is in line with the results of the hypothesis test which shows that the t-value is 15.662 > t-table, which is 1.660, which means that there is a significant and significant influence between online reviews on the Youtube Female Daily Network channel on interest in buying skincare products by teenage girls. This research is expected to be a reference source that can be developed better in the future.

Keywords: *Cognitive Response Theory, Female Daily Network, Online Review, Purchase Intention, Youtube.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Adapun pembuatan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Online Review* dalam Kanal Youtube *Female Daily Network* terhadap Minat Beli Produk *Skincare* oleh Remaja Perempuan”** dengan tujuan sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penyusunan dan penelitian skripsi ini, peneliti menyadari bahwa dapat terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan dan dukungan, serta semangat dari berbagai pihak baik bersifat moril maupun materil. Karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. S. Bakti Istiyanto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, atas segala kebijakan yang telah dibuat mengenai sarana dan prasarana yang dapat digunakan sebagai bentuk fasilitas.
2. Dr. Fitria Ayuningtyas, S.Sos, M.Si, C.NSP, CIQar selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, atas kebijakan-kebijakan terhadap perkembangan program studi Ilmu Komunikasi.
3. Ratu Nadya W., S.Ikom, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Terimakasih atas bimbingan, saran, dan seluruh waktu yang senantiasa diberikan kepada peneliti sehingga proses penelitian skripsi ini dapat diselesaikan dengan benar dan terarah.
4. Keluarga peneliti, Mama Sri Dwi, Papa Khadirin, Kakak Krisdina, dan Adik Satrio, serta seluruh keluarga besar yang telah memberi doa, semangat, dan kasih sayang kepada peneliti agar mampu menyelesaikan skripsi.
5. Responden dan *viewers* kanal Youtube *Female Daily Network* yang telah membantu peneliti dalam melakukan riset.

6. Sahabat-sahabat peneliti Tio Anggiting Tyas, Ferina Syafa Vaagna, Mutiara Anggraini, Tsabitah Larasati, dan Nadia Nuraini yang selalu dapat meluangkan waktu untuk memberi dukungan, menghibur dan mendoakan peneliti selama proses penyusunan skripsi.
7. Partner peneliti Achmad Rifki Alghifari yang senantiasa memberi doa dan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi.
8. Rekan-rekan Lokal B 2017 UPNVJ yang telah memberi dukungan selama masa perkuliahan dan saat peneliti melakukan penelitian.

Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan dan kesalahan. Namun demikian, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi siapa saja yang membacanya di kemudian hari.

Jakarta,

Sofia Diva Widiarti

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
1.4.3 Manfaat Sosial.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Konsep-Konsep Penelitian	9
2.2.1 <i>Online Review</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Youtube	Error! Bookmark not defined.
2.2.3 Remaja Perempuan.....	9
2.2.4 Female Daily Network	11
2.2.5 Minat Beli.....	11
2.3 Teori Penelitian	12
2.3.1 Teori Respon Kognitif (<i>Kognitive Response Theory</i>).....	12
2.4 Kerangka Berpikir	15
2.5 Hipotesis	16
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Metodologi Penelitian	21
3.1.1 Pendekatan Penelitian	21

3.1.2	Jenis Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.	17
3.1.3	Metode Penelitian.....		18
3.2	Populasi dan Sampel.....		19
3.2.1	Populasi.....		19
3.2.2	Sampel.....		19
3.3	Metode Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.	20
3.3.1	Data Primer		21
3.3.2	Data Sekunder		21
3.3.3	Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.	21
3.4	Metode Analisis Data		24
3.4.1	Uji Validitas		24
3.4.2	Uji Reliabilitas		24
3.4.3	Uji Hipotesis.....		25
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian		27
3.5.1	Waktu Penelitian		27
3.5.2	Tempat Penelitian.....		27
3.6	Hasil Pretest.....		28
3.6.1	Hasil Pretest Uji Validitas.....	Error! Bookmark not defined.	28
3.6.2	Hasil Pretest Uji Reliabilitas.....		30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....		Error! Bookmark not defined.	32
4.1	Deskripsi Objek Penelitian		32
4.2	Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.	37
4.2.1	Karakteristik Responden		37
4.2.2	Analisis Variabel X (Online Review)		40
4.2.3	Analisis Variabel Y (Minat Beli)		52
4.3	Teknik Analisis Data		63
4.3.1	Uji Regresi Linear Sederhana		63
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi.....		64
4.3.3	Uji Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.	64
4.4	Pembahasan		66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.	70
5.1	Kesimpulan.....		70
5.2	Saran.....		71

DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Grafik Penggunaan Platform Media Sosial Tahun 2020.....	2
Gambar 2 Info Grafik Female Daily Network	2
Gambar 3 Kategori Usia Pengguna Produk Skincare Perempuan	4
Gambar 4 Review Produk Skincare Remaja Perempuan	4
Gambar 5 Logo Female Daily Network.....	36

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 2. 2 Model Cognitive Response	Error! Bookmark not defined. 15
Tabel 2. 3 Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined. 16
Tabel 3. 1 Pembobotan Skor Skala Likert	Error! Bookmark not defined. 21
Tabel 3. 2 Operasional Variabel X.....	22
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y.....	Error! Bookmark not defined. 23
Tabel 3. 4 Rumus Pearson's Correlation.....	24
Tabel 3. 5 Rumus Cronbach's Alpha	Error! Bookmark not defined. 25
Tabel 3. 6 Tingkat Reliabilitas Nilai Alpha	Error! Bookmark not defined. 25
Tabel 3. 7 Rumus Uji T.....	Error! Bookmark not defined. 25
Tabel 3. 8 Waktu dan Tahapan Penelitian	27
Tabel 3. 9 Pretest Uji Validitas Variabel X.....	Error! Bookmark not defined. 28
Tabel 3. 10 Pretest Uji Validitas Variabel Y.....	Error! Bookmark not defined. 29
Tabel 3. 11 Pretest Uji Reliabilitas Variabel X.....	Error! Bookmark not defined. 30
Tabel 3. 12 Pretest Uji Reliabilitas Variabel Y	30
Tabel 3. 13 Keterangan Standar Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined. 31
Tabel 4. 1 Usia Responden.....	38
Tabel 4. 2 Pekerjaan Responden	38
Tabel 4. 3 Domisili Responden.....	Error! Bookmark not defined. 39
Tabel 4. 4 Intensitas Responden pada Kanal Youtube Female Daily Network ...	39
Tabel 4. 5 Skor Skala Likert Variabel X Online Review.....	40
Tabel 4. 6 Pernyataan 1 intensitas keaktifan responden di sosial media	Error! Bookmark not defined. 40
Tabel 4. 7 Pernyataan 2 responden menggunakan Youtube sebagai salah satu media informasi	41
Tabel 4. 8 Pernyataan 3 responden mengetahui tentang kanal Youtube Female Daily Network.....	41
Tabel 4. 9 Pernyataan 4 responden merupakan viewers kanal Youtube Female Daily Network.....	42

Tabel 4. 10 Pernyataan 5 intensitas Female Daily Network dalam mengunggah video review dalam kanal Youtubanya.....	43
Tabel 4. 11 Pernyataan 6 video review dalam kanal Youtube Female Daily Network menarik untuk dilihat	43
Tabel 4. 12 Pernyataan 7 responden menyukai review dalam kanal Youtube Female Daily Network	44
Tabel 4. 13 Pernyataan 8 Female Daily Network merupakan kanal Youtube yang informatif	45
Tabel 4. 14 Pernyataan 9 video review dalam kanal Youtube Female Daily Network disampaikan secara jelas	45
Tabel 4. 15 Pernyataan 10 Female Daily Network memberikan review terhadap produk skincare secara konsisten.....	Error! Bookmark not defined. 46
Tabel 4. 16 Pernyataan 11 video review yang diunggah merupakan hasil kesimpulan review dari para konsumen.....	Error! Bookmark not defined. 46
Tabel 4. 17 Pernyataan 12 responden mudah memahami penyampaian review oleh Female Daily Network	47
Tabel 4. 18 Pernyataan 13 review dalam Female Daily Network berdasarkan hasil research data yang valid.....	48
Tabel 4. 19 Pernyataan 14 video review yang terdapat dalam kanal Youtube Female Daily Network dikemas dengan konten yang menarik	49
Tabel 4. 20 Pernyataan 15 responden merasa terbantu untuk mengetahui produk skincare melalui video review dalam kanal Youtube Female Daily Network.....	49
Tabel 4. 21 Pernyataan 16 responden merasa tertarik pada produk yang direview	50
Tabel 4. 22 Pernyataan 17 Female Daily Network menjadi referensi untuk mengetahui informasi produk skincare	51
Tabel 4. 23 Pernyataan 1 responden merasa senang saat melihat video review dalam kanal Youtube Female Daily Network....	52 Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 24 Pernyataan 2 video review dalam kanal Youtube Female Daily Network memiliki konten yang menarik	53
Tabel 4. 25 Pernyataan 3 Youtube Female Daily Network selalu update untuk mereview produk skincare	53
Tabel 4. 26 Pernyataan 4 responden merasa tertarik melihat video review yang disampaikan oleh Female Daily Network.....	54
Tabel 4. 27 Pernyataan 5 responden akan mencari akun Female Daily Network jika butuh informasi terkait produk skincare	Error! Bookmark not defined. 54
Tabel 4. 28 Pernyataan 6 responden merasa butuh mengetahui informasi mengenai produk dalam review Female Daily Network	Error! Bookmark not defined. 55
Tabel 4. 29 Pernyataan 7 responden dapat memahami konteks dari video review yang disampaikan oleh Female Daily Network .	55Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 30 Pernyataan 8 responden merasa senang setelah melihat video review Female Daily Network.....	56
Tabel 4. 31 Pernyataan 9 responden merasa terbantu untuk mengetahui tentang suatu brand skincare sebelum membeli produk tersebut	Error! Bookmark not defined. 56
Tabel 4. 32 Pernyataan 10 responden memberikan like pada video review dalam kanal Youtube Female Daily Network	57
Tabel 4. 33 Pernyataan 11 responden merasa tertarik untuk membeli suatu produk setelah melihat review Female Daily Network	58
Tabel 4. 34 12 responden setuju dengan pendapat yang disampaikan oleh Female Daily Network pada setiap produk yang direview.	Error! Bookmark not defined. 58
Tabel 4. 35 Tabel 4. 35 Pernyataan 13 Female Daily Network memberi pengetahuan lebih kepada responden untuk menjadi pertimbangan sebelum membeli suatu produk	59

Tabel 4. 36 Pernyataan 14 responden memberi komentar pada video review dalam kanal Youtube Female Daily Network....	60
Error! Bookmark not defined.	
Tabel 4. 37 Pernyataan 15 responden membagikan video review Female Daily Network untuk merekomendasikannya kepada orang lain	61
Tabel 4. 38 Pernyataan 16 responden merasa yakin untuk membeli suatu produk skincare setelah melihat review Female Daily Network.....	Error!
Bookmark not defined.61	
Tabel 4. 39 Pernyataan 17 setelah melihat review Female Daily Network, responden membeli produk skincare secara offline (di toko).....	62
Tabel 4. 40 Pernyataan 18 responden memilih membeli produk skincare melalui e-commerce setelah melihat review Female Daily Network	Error!
Bookmark not defined.63	
Tabel 4. 41 Uji Regresi Linear Sederhana	Error! Bookmark not defined.63
Tabel 4. 42 Uji Koefisien Determinasi X dan Y.....	Error! Bookmark not defined.64
Tabel 4. 43 Tabel 4.43 Uji Hipotesis	64