



**PENGARUH KREDIBILITAS *BEAUTY INFLUENCER* TERHADAP  
SIKAP KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN  
(SURVEI PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM ABEL CANTIKA)**

SKRIPSI INI DIAJUKAN SEBAGAI SYARAT GUNA MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA ILMU KOMUNIKASI

Nama : Salwa Safyra

NIM : 1910411271



**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL  
“VETERAN” JAKARTA**

**2023**

## LEMBAR PERSEMBAHAN

*Skripsi ini aku persembahkan untuk kedua orang tuaku yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, serta doa disetiap detikny.*

*Skripsi ini aku persembahkan untuk mereka yang selalu mendorong peneliti untuk terus mencoba hingga berhasil menyelesaikan penelitian ini dengan penuh perjuangan.*

*Skripsi ini aku persembahkan untuk kakak, abang, dan adekku yang senantiasa memberikan dukungan kepada diriku dengan berbagai cara agar aku terus semangat untuk menyelesaikan penelitian ini.*

*Skripsi ini aku persembahkan untuk diriku. Terima kasih sudah mau berjuang untuk menyelesaikan penelitian ini dan tidak menyerah terhadap hambatan-hambatan yang dialami selama proses penelitian ini.*

## LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

### LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Salwa Safyra  
NIM : 1910411271  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Beauty Influencer Terhadap Sikap Konsumen Produk Kecantikan (Survei Pada Followers Instagram Abel Cantika)

Telah berhasil melakukan bimbingan minimal **6X** dihadapan dosen pembimbing diterima sebagai bagian persyaratan untuk melakukan sidang **SKRIPSI** yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana, pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Anter Venus, MA. Comm)

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 5 Juli 2023

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Salwa Safyra  
NIM : 1910411271  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 5 Juli 2023



Salwa Safyra

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

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

Nama : Salwa Safyra  
NIM : 1910411271  
Fakultas : 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 Royalti Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**PENGARUH KREDIBILITAS *BEAUTY INFLUENCER* TERHADAP SIKAP KONSUMEN PRODUK KECANTIKAN (SURVEI PADA *FOLLOWERS* INSTAGRAM ABEL CANTIKA)**

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  
Pada Tanggal : 5 Juli 2023  
Yang Menyatakan,



Salwa Safyra

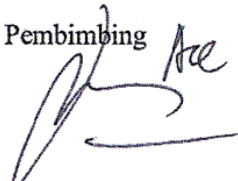
## PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGESAHAN SKRIPSI

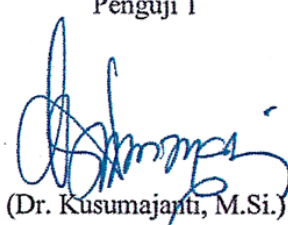
NAMA : Salwa Safyra.....  
NIM : 1910411271.....  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi.....  
JUDUL : Pengaruh Kredibilitas Beauty Influencer Terhadap Sikap Konsumen Produk Kecantikan (Survei Pada Followers Instagram Abel Cantika).....

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

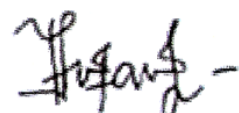
Pembimbing

  
(Dr. Antef Venus, MA.Comm)

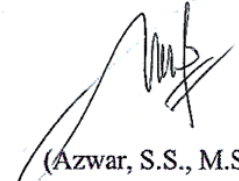
Penguji 1

  
(Dr. Kusumajanti, M.Si.)

Penguji 2

  
(Intan Putri Cahyani, M.I.kom.)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
(Azwar, S.S., M.Si.)

Ditetapkan di: Jakarta  
Tanggal Ujian: 5 Juli 2023

**Pengaruh Kredibilitas *Beauty Influencer* Terhadap  
Sikap Konsumen Produk Kecantikan  
(Survei Pada *Followers* Instagram Abel Cantika)**

**SALWA SAFYRA**

**ABSTRAK**

Berkembangnya tren kecantikan, membuat sosok *beauty influencer* yang memiliki kredibilitas tinggi sangat dibutuhkan saat ini. Berdasarkan survei ZAP *Beauty Index* 2023, 78% perempuan Indonesia memilih *influencer* lokal dalam mempengaruhi perempuan untuk memilih produk kecantikan. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas *beauty influencer* terhadap sikap konsumen produk kecantikan. Teori yang digunakan adalah teori kredibilitas sumber. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah pengikut Instagram Abel Cantika (@abellyc) yang berjumlah 100 responden, berusia 18 – 24 tahun, serta memiliki ketertarikan terhadap produk kecantikan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner secara *online* yang dibuat menggunakan *Google Forms*. Hasil uji hipotesis atau uji T, menyatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti terdapat pengaruh Kredibilitas *Beauty Influencer* (variabel X) terhadap Sikap Konsumen (variabel Y). Hal tersebut didapatkan dari hasil  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel, yaitu  $7.838 > 1.661$ . Berdasarkan hasil perhitungan uji koefisien determinasi, menunjukkan bahwa 38.5% Sikap Konsumen (variabel Y) dipengaruhi oleh Kredibilitas *Beauty Influencer* (variabel X). Sementara itu, sebesar 61.4% ditentukan oleh faktor-faktor lain, seperti keamanan produk, komposisi produk, harga produk, dan lain-lain. Penelitian ini mendukung teori kredibilitas sumber. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang didukung oleh respon positif dari responden, yaitu Abel Cantika sebagai *beauty influencer* memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga dapat mempengaruhi sikap pengikutnya.

**Kata Kunci:** *Beauty Influencer*, Kredibilitas, Sikap Konsumen, Produk Kecantikan

***The Influence of Beauty Influencer Credibility on  
Beauty Product Consumer Attitudes  
(Survey on Abel Cantika's Instagram Followers)***

**SALWA SAFYRA**

***ABSTRACT***

*The development of beauty trends, making the figure of beauty influencers who have high credibility is needed today. Based on the ZAP Beauty Index 2023 survey, 78% of Indonesian women choose local influencers in influencing women to choose beauty products. The purpose of this study is to find out how much influence the credibility of beauty influencers has on the attitude of beauty product consumers. The theory used is the theory of source credibility. This study uses a quantitative approach. The sample in this study was Abel Cantika's (@abellyc) Instagram followers, totalling 100 respondents, aged 18-24 years, and had an interest in beauty products. The method used in this study is a survey method by distributing questionnaires online using Google Forms. The results of the hypothesis test or T test stated that  $H_0$  was rejected and  $H_a$  was accepted, which means that there is an influence of Beauty Influencer Credibility (variable X) on Consumer Attitudes (variable Y). This is obtained from the results of the  $t$  count  $>$   $t$  table, namely  $7.838 > 1.661$ . Based on the calculation of the coefficient of determination test, it shows that 38.5% of the Consumer Attitude (variable Y) is influenced by the Beauty Influencer Credibility (variable X). Meanwhile, 61.4% is determined by other factors, such as product safety, product composition, product price, and others. This study supports the theory of source credibility. This study supports the theory of source credibility. This is evidenced by the research results which are supported by the positive responses of respondents, namely Abel Cantika as a beauty influencer has high credibility so she can influence the attitudes of her followers.*

**Keywords:** *Beauty Influencer, Credibility, Consumer Attitude, Beauty Products*



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Kredibilitas *Beauty Influencer* Terhadap Sikap Konsumen Produk Kecantikan (Survei Pada *Followers* Instagram Abel Cantika)”. Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari bimbingan, bantuan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Anter Venus, MA.Comm selaku Dosen Pembimbing 1 yang senantiasa memberikan bimbingan dan arahannya selama proses penyusunan skripsi.
2. Luqman Hakim, M.Hum selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan masukan serta arahan terbaik selama proses proposal.
3. Azwar, S.S., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta yang sudah membantu memberikan informasi serta arahan selama proses perkuliahan.
4. Responden penelitian yang telah membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner yang diberikan oleh peneliti.
5. Nastiti Dyah Prastiwi, Yuthi Aghnia, Jihan Ulaya Suha Ramadhanti, Muthia Nabilah Putri, Tuffah, Nanda Afina Riyadhu Ilma, Carolina Indri Ditya, Agredetya Nada Fairuz, Hana Fatimah Saleh Alatas dan Nabila Zahara selaku sahabat-sahabat peneliti dari SMA yang selalu menemani, menyemangati, membantu, mendukung, memotivasi serta menghibur peneliti selama pengerjaan skripsi.
6. Para dosen penguji pada saat sidang proposal dan skripsi yang telah memberikan masukan-masukan untuk penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat terbuka terhadap saran maupun kritik guna untuk meningkatkan mutu dari penelitian ini.

Jakarta, 5 Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Salwa Safyra' with a stylized flourish at the end.

Salwa Safyra

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSEMBAHAN .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI .....	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	iv
PENGESAHAN SKRIPSI .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	13
1.3. Tujuan Penelitian .....	13
1.4. Manfaat Penelitian .....	14
1.5. Sistematika Penulisan .....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	16
2.1. Penelitian Terdahulu .....	16
2.2. Konsep Penelitian .....	29
2.2.1. Komunikasi Pemasaran .....	29

2.2.2.	Produk Kecantikan .....	33
2.2.3.	<i>Beauty Influencer</i> .....	34
2.2.4.	Kredibilitas Sumber .....	37
2.2.5.	Media Sosial.....	41
2.2.6.	Sikap Konsumen .....	48
2.3.	Teori Penelitian .....	50
2.3.1.	Teori Kredibilitas Sumber ( <i>Source Credibility Theory</i> ) .....	50
2.4.	Kerangka Berpikir .....	53
2.5.	Operasional Variabel .....	54
2.6.	Hipotesis .....	57
BAB III METODE PENELITIAN.....		58
3.1.	Metodologi Penelitian .....	58
3.1.1.	Pendekatan Penelitian .....	58
3.1.2.	Jenis Penelitian.....	58
3.1.3.	Metode Penelitian.....	59
3.2.	Populasi dan Sampel .....	59
3.2.1.	Populasi.....	59
3.2.2.	Sampel.....	60
3.3.	Metode Pengumpulan Data .....	62
3.3.1.	Data Primer .....	62
3.3.2.	Data Sekunder .....	64
3.4.	Metode Analisis Data .....	64
3.4.1.	Uji Validitas .....	64
3.4.2.	Uji Reliabilitas .....	67
3.4.3.	Uji Regresi Linier Sederhana .....	69
3.4.4.	Uji Signifikansi .....	70

3.4.5.	Uji Koefisien Determinasi .....	70
3.4.6.	Uji Hipotesis .....	71
3.5.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	71
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>73</b>
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian .....	73
4.1.1.	Profil Abel Cantika .....	73
4.2.	Hasil Penelitian.....	77
4.2.1.	Karakteristik Responden .....	77
4.2.2.	Data Analisis Variabel X .....	81
4.2.3.	Data Analisis Variabel Y .....	94
4.3.	Teknik Analisis Data .....	103
4.3.1.	Uji Reliabilitas .....	103
4.3.2.	Uji Regresi Linier Sederhana .....	104
4.3.3.	Uji Signifikansi .....	105
4.3.4.	Uji Koefisien Determinasi .....	106
4.3.5.	Uji Hipotesis .....	107
4.4.	Pembahasan .....	108
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>117</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>117</b>
5.1.	Kesimpulan.....	117
5.2.	Saran .....	118
5.2.1.	Saran Akademis .....	118
5.2.2.	Saran Praktis .....	119
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>120</b>

RIWAYAT HIDUP.....	125
LAMPIRAN.....	126

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 2. Kerangka Berpikir.....	53
Tabel 3. Operasional Tabel .....	54
Tabel 4. Skala Likert.....	63
Tabel 5. Uji Validitas Variabel X Pre-Test.....	65
Tabel 6. Uji Validitas Variabel Y Pre-Test.....	66
Tabel 7. Uji Reliabilitas <i>Cronbach's Alpha</i> .....	68
Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	68
Tabel 9. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	69
Tabel 10. Rincian Waktu Penelitian.....	72
Tabel 11. Usia Responden (n=100).....	77
Tabel 12. Jenis Kelamin Responden (n=100) .....	78
Tabel 13. Pekerjaan Responden (n=100) .....	79
Tabel 14. Domisili Responden (n=100).....	79
Tabel 15. Pertanyaan 1 .....	80
Tabel 16. Pertanyaan 2.....	80
Tabel 17. Pernyataan 1 .....	81
Tabel 18. Pernyataan 2.....	82
Tabel 19. Pernyataan 3 .....	83
Tabel 20. Pernyataan 4.....	84
Tabel 21. Pernyataan 5 .....	85
Tabel 22. Pernyataan 6.....	86
Tabel 23. Pernyataan 7 .....	87
Tabel 24. Pernyataan 8.....	88
Tabel 25. Pernyataan 9.....	88
Tabel 26. Pernyataan 10.....	89
Tabel 27. Pernyataan 11 .....	90
Tabel 28. Pernyataan 12.....	91
Tabel 29. Pernyataan 13.....	93

Tabel 30. Pernyataan 14.....	94
Tabel 31. Pernyataan 1.....	95
Tabel 32. Pernyataan 2.....	96
Tabel 33. Pernyataan 3.....	96
Tabel 34. Pernyataan 4.....	97
Tabel 35. Pernyataan 5.....	98
Tabel 36. Pernyataan 6.....	98
Tabel 37. Pernyataan 7.....	99
Tabel 38. Pernyataan 8.....	100
Tabel 39. Pernyataan 9.....	100
Tabel 40. Pernyataan 10.....	101
Tabel 41. Pernyataan 11.....	102
Tabel 42. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	103
Tabel 43. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	103
Tabel 44. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	104
Tabel 45. Hasil Uji Signifikansi.....	105
Tabel 46. Hasil Koefisien Determinasi.....	107
Tabel 47. Hasil Uji Hipotesis.....	108



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alasan Masyarakat Indonesia Menggunakan Media Sosial.....	3
Gambar 2. Media Sosial yang Paling Banyak Digunakan .....	4
Gambar 3. Sumber Penemuan <i>Brand</i> .....	7
Gambar 4. Pertimbangan Wanita Indonesia Dalam Memilih Produk Kecantikan (2023 vs 2021 vs 2019).....	8
Gambar 5. Tampilan Instagram @abellyc .....	10
Gambar 6. Interaksi Abel Cantika Dengan Pengikutnya .....	11
Gambar 7. <i>Beauty Influencer</i> Abel Cantika .....	48
Gambar 8. Jumlah Pengikut ( <i>Followers</i> ) Instagram Abel Cantika.....	60
Gambar 9. Interaksi Abel Cantika Dengan Pengikutnya .....	75
Gambar 10. Interaksi Abel Cantika Dengan Pengikutnya .....	76
Gambar 11. Tanggapan Salah Satu Pengikut ( <i>Followers</i> ) Abel Cantika.....	83
Gambar 12. Tanggapan Salah Satu Pengikut ( <i>Followers</i> ) Abel Cantika.....	85
Gambar 13. Tanggapan Pengikut ( <i>Followers</i> ) Abel Cantika.....	90
Gambar 14. Tanggapan Pengikut ( <i>Followers</i> ) Abel Cantika.....	92
Gambar 15. Tanggapan Salah Satu Pengikut ( <i>Followers</i> ) Abel Cantika.....	93

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	126
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian Dalam <i>Google Forms</i> .....	133
Lampiran 3. Data Hasil Kuesioner Variabel X (Kredibilitas <i>Beauty Influncer</i> ). 137	
Lampiran 4. Data Hasil Kuesioner Variabel Y (Sikap Konsumen).....	138
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel X (Kredibilitas <i>Beauty Influencer</i> ) <i>Pre-Test</i> .....	139
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Sikap Konsumen) <i>Pre-Test</i> .....	140
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	141
Lampiran 8. Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	142
Lampiran 9. Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi .....	143
Lampiran 10. Lembar Perbaikan Skripsi .....	144