



**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK**

**SKRIPSI**

**ATHAYA SALSABILA PUAN AYU SUWARDHANA  
2010111153**

**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**



**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Ekonomi**

**ATHAYA SALSABILA PUAN AYU SUWARDHANA  
2010111153**

**PROGRAM SARJANA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Athaya Salsabila Puan Ayu Suwardhana

NIM : 2010111153

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

Jakarta, 22 November 2023

Yang menyatakan,



(Athaya Salsabila Puan Ayu S.)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Athaya Salsabila Puan Ayu Suwardhana  
NIM : 2010111153  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Analisis Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/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 : 22 November 2023

Yang menyatakan,



Athaya Salsabila Puan Ayu  
Suwardhana

**SKRIPSI**

**ANALISIS PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT  
BELI KONSUMEN PRODUK KOSMETIK**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**ATHAYA SALSABILA PUAN AYU SUWARDHANA 2010111153**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 14 Desember 2023  
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima



**Dr. Miguna Astusi, S.Si., MM., CPM**

**Ketua Penguji**





**Dr. Bernadin Dwi M, MM**

**Penguji I**



**Diana Triwardhani, SE, MM, Ph. D**

**Penguji II**



**Dr. Jubaedah, SE, MM**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



**Siti Hidavati, SE, MM**

**Ketua Program Studi S1 Manajemen**

Disahkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 14 Desember 2023

*Analysis of the Influence of Digital Marketing on Consumer Purchase  
Intention in Cosmetic Products*

*By Athaya Salsabila Puan Ayu Suwardhana*

*Abstract*

*This is quantitative research to determine the influence of content marketing, influencer marketing, and online customer reviews on consumers' buying interest in cosmetic products. The population of this study is active Tiktok users who are more than 17 years old and live in Jakarta. The sample determined in this study is 96 respondents. Hypothesis testing uses the Multiple Linear Regression Analysis method. The data is processed using IBM SPSS Statistics 26. These are the hypotheses generated after the data processed, which are (1) content marketing can influence consumer purchase intention in cosmetic products, (2) influencer marketing can influence consumer purchase intention in cosmetic products, (3) online customer reviews can influence consumer purchase intention in cosmetic products.*

**Keywords :** *Purchase intention, cosmetic products, content marketing, influencer Marketing and online customer review.*

# **Analisis Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik**

**Oleh Athaya Salsabila Puan Ayu Suwardhana**

## **Abstrak**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh *content marketing*, *influencer marketing*, dan *online customer review* terhadap minat beli konsumen produk kosmetik secara parsial. Populasi dari penelitian ini merupakan pengguna aktif Tiktok yang berumur lebih dari 17 tahun dan berdomisili di Jakarta serta sampel yang ditetapkan pada penelitian ini berjumlah 96. Pengujian hipotesis menggunakan metode Analisis Regresi Linear Berganda dan data diolah menggunakan *IBM SPSS Statistics 26*. Uji hipotesis yang dihasilkan setelah olah data yaitu (1) *content marketing* dapat mempengaruhi minat beli konsumen produk kosmetik, (2) *influencer marketing* dapat mempengaruhi minat beli konsumen produk kosmetik, (3) *online customer review* dapat mempengaruhi minat beli konsumen produk kosmetik.

**Kata kunci :** Minat beli, produk kosmetik, *content marketing*, *influencer marketing* dan *online customer review*.

## BERITA ACARA UJIAN



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

### BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Kamis, 14 Desember 2023:  
Nama : Athaya Salsabila Puan Ayu Suwardhana  
No. Pokok Mahasiswa : 2010111153  
Program : Manajemen S.1

(Analisis Pengaruh *Digital Marketing* Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik untuk ~~Lulus/Fidak Lulus~~\*)

#### Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Miguna Astuti, S.Si., MM., CPM	Ketua	1.
2	Dr. Bernadin Dwi M, MM	Anggota I	2.
3	Diana Triwardhani, SE, MM, Ph.D	Anggota II**)	3.

Keterangan:

- \*) Coret yang tidak perlu
- \*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta, 14 Desember 2023  
A.n DEKAN  
KAPRODI MANAJEMEN S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat karunia-Nya, penulis mampu merampungkan usulan penelitian berjudul “**Analisis Pengaruh Digital Marketing di Tiktok Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Kosmetik.**” Usulan penelitian ini disusun sebagai syarat kelulusan pada Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Penulis mengetahui dan sadar bahwa banyak pihak yang terlibat memberikan bantuan secara moril maupun materil selama menyusun usulan penelitian ini. Oleh sebab itu, banyak terima kasih penulis sampaikan kepada:

1. Ibu Dr. Jubaedah, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang mengizinkan dan memfasilitasi penyusunan atas penelitian ini.
2. Ibu Siti Hidayati, SE, MM selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen yang senantiasa mengingatkan serta memudahkan proses penyusunan penelitian.
3. Ibu Diana Triwardhani, SE, MM., Ph.D selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan arahan selama proses penyusunan penelitian berlangsung.
4. Ibu Dr. Miguna Astuti, S.Si, MM., MOS., CPM., CIRR. selaku dosen pembimbing akademik yang selalu mengarahkan dan membimbing akademik peneliti saat masa perkuliahan.
5. Seluruh Ibu dan Bapak Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. Terkhusus kepada Ibu dan Bapak Dosen Prodi Manajemen yang sudah mengajarkan, mendidik, dan membimbing peneliti selama perkuliahan.
6. Seluruh staf Tata Usaha Prodi Manajemen dan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memudahkan semua proses administrasi selama peneliti menempuh perkuliahan.
7. Bunda Chacha dan Ayah Ary selaku keluarga dan seluruh keluarga peneliti yang selalu memberikan dukungan dan doa selama peneliti menyusun usulan penelitian.
8. Kepada Adinda Permatasiwi, Marsya Adelia Avianti Irawan, Indah Rosiyati Saputri, dan seluruh anggota Kelompok Studi Pasar Modal UPN Veteran Jakarta yang tanpa lelah memberikan semangat dan bantuan yang penulis butuhkan semasa penulis berkuliah hingga merancang penelitian.

Penulis mengetahui dan sadar bahwa penelitian ini belum sempurna. Maka dari itu, penulis terbuka atas seluruh masukan yang untuk membuat penelitian ini menjadi lebih baik. Kedepannya, penulis berharap bahwa hasil penelitian dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 25 September 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Jaff' with a period at the end, written in a cursive style.

Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
<i>Abstract</i>	vi
Abstrak	vii
BERITA ACARA UJIAN	viii
PRAKATA	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I	1
Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat dan Hasil Penelitian	9
BAB II	10
Tinjauan Pustaka	10
2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran	10
2.1.2 <i>Digital Marketing</i>	11
2.1.3 Perilaku Konsumen	12
2.1.4 Minat Beli	12
2.1.5 <i>Content Marketing</i>	14
2.1.6 <i>Influencer Marketing</i>	16
2.1.7 <i>Online Customer Review</i>	18
2.2 Penelitian Terdahulu	19

2.3	Kerangka Pemikiran	28
2.3.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Minat Beli	28
2.3.2	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Minat Beli	29
2.3.3	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Beli	29
2.4	Hipotesis	30
BAB III		31
Metode Penelitian		31
3.1	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	31
3.1.1	Definisi Operasional	31
3.1.2	Pengukuran Variabel	32
3.2	Populasi dan Sampel	34
3.3	Teknik Pengumpulan Data	36
3.3.1	Jenis Data	36
3.3.2	Sumber Data	36
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	36
3.4	Teknik Analisis Data	38
3.4.1	Analisis Data Deskriptif	39
3.4.2	Analisis Regresi Berganda	41
A.	Uji Kualitas Data	41
B.	Uji Hipotesis	45
BAB IV		48
PEMBAHASAN		48
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	48
4.2	Deskripsi Data Responden	55
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis	61
4.3.1	Analisis Data Deskriptif	61
4.3.2	Uji Kualitas Instrumen	68
4.3.3	Uji Asumsi Klasik	72
4.3.4	Uji Hipotesis	76
4.3.5	Model Regresi Linear Berganda	79
4.4	Pembahasan	80
4.4.1	Pengaruh <i>Content Marketing</i> Terhadap Minat Beli	80

4.4.2	Pengaruh <i>Influencer Marketing</i> Terhadap Minat Beli	82
4.4.3	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap Minat Beli	84
BAB V		85
KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1	Kesimpulan	85
5.2	Saran	86
DAFTAR PUSTAKA		87
RIWAYAT HIDUP		94
LAMPIRAN		95

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1. Matriks Penelitian Terdahulu Berkaitan dengan Minat Beli	25
Tabel 2. Pengukuran Variabel Penelitian	33
Tabel 3. Skala Likert	37
Tabel 4. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	38
Tabel 5. Nilai Indeks Three Box Method dan Interpretasinya	41
Tabel 6. Interpretasi Nilai Indeks	62
Tabel 7. Nilai Indeks Variabel Minat Beli	63
Tabel 8. Nilai Indeks Variabel Content Marketing	64
Tabel 9. Nilai Indeks Influencer Marketing	65
Tabel 10. Nilai Indeks Variabel Online Customer Review	67
Tabel 11. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli	69
Tabel 12. Hasil Uji Validitas Variabel Content Marketing	69
Tabel 13. Hasil Uji Validitas Variabel Influencer Marketing	70
Tabel 14. Hasil Uji Validitas Variabel Online Customer Review	70
Tabel 15. Interpretasi Rentang Nilai Cronbach's Alpha	71
Tabel 16. Hasil Uji Reliabilitas	71
Tabel 17. Hasil Uji Normalitas	72
Tabel 18. Hasil Uji Multikolonieritas	73
Tabel 19. Hasil Uji Koefisien Determinan	75
Tabel 20. Nilai Beta dan Koefisien Korelasi	75
Tabel 21. Perhitungan Sumbangan Efektif	76
Tabel 22. Hasil Uji F	77
Tabel 23. Hasil Uji t	78
Tabel 24. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	80

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1. Hasil Penjualan Produk Kosmetik di Indonesia	2
Gambar 2. Pertumbuhan Pengguna Media Sosial dan Ecommerce 2020-2023	3
Gambar 3. Pertumbuhan Pengguna Media Sosial, Ecommerce, dan Pelaku Usaha yang Memanfaatkan Digital Marketing	5
Gambar 4. Model Penelitian Empiris	29
Gambar 5. Contoh Produk Makeup	49
Gambar 6. Contoh Produk Skincare	49
Gambar 7. Contoh Produk Bodycare	50
Gambar 8. Contoh Produk Parfum	51
Gambar 9. Logo Tiktok Shop	51
Gambar 10. Contoh Content Marketing Produk Kosmetik di Tiktok	53
Gambar 11. Contoh Influencer Marketing di Tiktok	55
Gambar 12. Contoh Online Customer Review di Tiktok	55
Gambar 13. Karakteristik Jenis Kelamin Responden	56
Gambar 14. Karakteristik Usia Responden	57
Gambar 15. Karakteristik Asal Kota di DKI Jakarta	58
Gambar 16. Karakteristik Pekerjaan Responden	59
Gambar 17. Karakteristik Jenis Kosmetik yang Diminati	60
Gambar 18. Hasil Uji Heteroskedastisitas	74

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	95
Lampiran 2. Tabulasi Data Kuesioner	101
Lampiran 3. Data Responden	112
Lampiran 4. Hasil Output Analisis SPSS	114
Lampiran 5. r-tabel	118
Lampiran 6. f-tabel	119
Lampiran 7. t-tabel	120
Lampiran 8. Bukti Sebar Kuesioner	121
Lampiran 9. Hasil Turnitin	122