

## **PENGARUH *TRUSTWORTHINESS HOST* SHOPEE LIVE *SKINCARE* SKINTIFIC OFFICIAL SHOP TERHADAP BRAND *SWITCHING* BEHAVIOR**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Komunikasi

**Nama: Lulu Hasna Nabillah**

**NIM: 1910411075**



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



## **SKRIPSI**

# **PENGARUH *TRUSTWORTHINESS HOST* SHOPEE LIVE SKINCARE SKINTIFIC OFFICIAL SHOP TERHADAP *BRAND SWITCHING BEHAVIOR***

**Disusun Oleh :**

**Nama Mahasiswa : Lulu Hasna Nabillah**

**NIM : 1910411075**

**Dosen Pengampu : Vina Mahdalena, M.Si.**

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi persyaratan dalam  
memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

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

**2024**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Lulu Hasna Nabillah

NIM : 1910411075

Program studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 5 Januari 2024

Yang menyatakan,



Lulu Hasna Nabillah

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI  
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Lulu Hasna Nabillah  
NIM : 1910411075  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : S1 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 *TRUSTWORTHINESS* HOST SHOPEE LIVE *SKINCARE* SKINTIFIC OFFICIAL SHOP TERHADAP BRAND *SWITCHING* BEHAVIOR**

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 : 23 Januari 2024  
Yang menyatakan,



Lulu Hasna Nabillah

## PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Lulu Hasna Nabillah  
NIM : 1910411075  
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi  
JUDUL : Pengaruh *Trustworthiness Host* Shopee Live *Skincare* Skintific Official Shop Terhadap *Brand Switching Behavior*

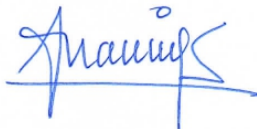
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



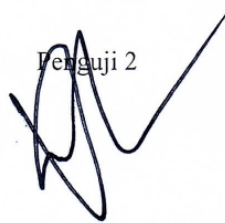
(Vina Mahdalena, M.Si.)

Penguji 1



(Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si.)

Penguji 2



(Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom)

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta  
Tanggal Ujian : 17 Januari 2024

**PENGARUH *TRUSTWORTHINESS HOST SHOPEE LIVE SKINCARE SKINTIFIC OFFICIAL SHOP* TERHADAP BRAND *SWITCHING BEHAVIOR***

**Lulu Hasna Nabillah**

Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta

[luluh@upnvj.ac.id](mailto:luluh@upnvj.ac.id)

**Abstrak**

Ketidakpuasan terhadap merek skincare lama mendorong konsumen untuk berpindah merek, mencari variasi, dan memilih Skintific sebagai alternatif. Host Shopee Live Skintific bertindak sebagai sosok dapat dipercaya (*trustworthiness*), meningkatkan kepercayaan pelanggan, mendorong pembelian, sehingga dapat mengubah preferensi produk skincare awal. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu, untuk mengukur seberapa besar pengaruh *trustworthiness host* Shopee Live *skincare* Skintific Official Shop terhadap *brand switching behavior*. Penelitian ini menggunakan Teori Perilaku Terencana dan Teori Push-Pull Mooring dan sebagai acuan dalam menjabarkan variabel penelitian. Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei yang disebarakan kepada pengikut Skintific Official Shop dengan jumlah sampel sebanyak 124 responden. Teknik sampel yang digunakan yaitu metode *purposive sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *trustworthiness host* Shopee Live *skincare* Skintific Official Shop memiliki pengaruh sebesar 55,4% terhadap *brand switching behavior*. Penulis berharap penelitian selanjutnya dapat membahas mengenai faktor-faktor lain yang mampu mempengaruhi perilaku *brand switching* dalam studi komunikasi.

**Kata kunci:** Brand Switching, E-Commerce, Shopee Live, Teori Perilaku Terencana, Trustworthiness.

***The Influence of Trustworthiness of Skintific Official Shop's  
Shopee Live Host on Brand Switching behavior***

**Lulu Hasna Nabillah**

*Bachelor of Communication Science Study Program, Faculty of Social and  
Political Sciences, Jakarta "Veteran" National Development University*

[luluh@upnvj.ac.id](mailto:luluh@upnvj.ac.id)

***Abstract***

*Dissatisfaction with the previous skincare brand prompts consumers to switch brands, seek variety, and choose Skintific as an alternative. The host of Shopee Live Skintific serves as a trustworthy figure, boosting customer confidence, encouraging purchases, thereby altering the initial preferences for skincare products. This research aims to measure the influence the trustworthiness of the Shopee Live skincare Skintific Official Shop host has on brand switching behavior. This research uses the Theory of Planned Behavior and the Push-Pull Mooring Theory as grand theory. The author used an explanatory quantitative approach with a survey method distributed to Skintific Official Shop followers with a sample size of 124 respondents. The sampling technique used is the purposive sampling method. The results show that the trustworthiness variable of the Shopee Live skincare Skintific Official Shop host has influence of 55.4% on brand-switching behavior. The author hopes that further research can discuss other factors influenced brand-switching behavior in communication studies.*

***Keywords:*** Brand Switching, E-Commerce, Shopee Live, Theory of Planned Behavior, Trustworthiness.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT dengan segala Rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “Pengaruh *Trustworthiness Host* Shopee Live *Skincare* Skintific Official Shop Terhadap Brand *Switching behavior*” dengan baik. Terima kasih kepada yang terutama, orang tua penulis, Bapak Yuyus Susdiana, S.Tp dan Ibu Eka Idhanurdiani, S.E atas dukungan, kasih sayang dan pengertiannya dalam mengantarkan penulis sampai di titik ini untuk mendapatkan gelar pertama penulis. Puji syukur kehadiran Allah SWT dengan segala Rahmat, hidayah dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi yang berjudul “**Pengaruh *Trustworthiness Host* Shopee Live *Skincare* Skintific Official Shop Terhadap Brand *Switching behavior***” dengan baik.

Penulisan skripsi ini merupakan bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Program Studi S1 Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta. Saat menyusun laporan skripsi ini, penulis menghadapi sejumlah tantangan dan halangan yang harus dihadapi. Berkat dukungan serta semangat yang diberikan oleh berbagai pihak dalam bentuk arahan, bimbingan, dan motivasi, penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan tenggat waktu yang ditentukan.

Proses penyusunan skripsi ini didorong oleh bantuan yang diberikan dari berbagai pihak yang selalu memberikan dukungan selama proses penulisan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Intan Putri Cahyani, M.I.Kom dan Vina Mahdalena, M.Si selaku dosen pembimbing skripsi, penulis berterima kasih banyak atas bimbingan, arahan, motivasi dan sarannya selama penyusunan skripsi.
2. Dr. Ana Kuswanti, S.I.Kom., M.Si dan Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom selaku dosen penguji 1 dan dosen penguji 2 yang telah memberikan saran dan arahan bagi penelitian ini.



3. Dr. S. Bekti Istiyanto, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta yang membantu dalam penyelenggaraan pendidikan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Azwar, S.S., M.Si. selaku Kepala Program Bidang Studi Ilmu Komunikasi UPN Veteran Jakarta yang telah membantu penulis dalam keberlangsungan skripsi serta dukungan positifnya.
5. Ade Fawwaz sebagai saudara kandung atas dukungan dan doanya.
6. Ate Winda sebagai tante yang telah membimbing dengan memberikan nasihat, masukan dan motivasi untuk penelitian ini.
7. Keluarga besar penulis yang selalu memberi dukungan dan doanya.
8. Naufal sebagai partner yang selalu membantu, menemani, memberi dukungan serta canda tawa dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Haniifah sebagai sahabat karib yang telah mendukung, memberi semangat dan selalu menemani penulis selama penyusunan skripsi ini.
10. Sahabat selama menjalani perkuliahan yaitu Clara, Sherina dan Putri telah memotivasi, menemani dan memberi semangat penulis.
11. Sahabat SMA yaitu Dila, Zahra, Jihan, Ismi, dan Yunita yang telah memberikan motivasi dan menemani penulis dalam penyusunan skripsi.
12. Responden yang telah berpartisipasi dalam mendukung penulis melakukan survei penelitian
13. Semua yang tidak dapat disebutkan secara rinci oleh penulis. Semoga segala amal baik yang dilakukan oleh semua pihak mendapatkan balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT, sang Pencipta yang Maha Penyayang. Amin.

Jakarta, 4 Januari 2024



Lulu Hasna Nabillah

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GRAFIK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penelitian.....	11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>13</b>
2.1 Konsep Penelitian.....	13
2.2 Teori Penelitian .....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Objek Penelitian.....	26
3.2 Jenis Penelitian.....	27

3.3	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	28
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5	Sumber Data.....	31
3.6	Operasionalisasi Variabel.....	32
3.7	Teknik Analisis Data.....	33
3.8	Uji Hipotesis .....	41
3.9	Tabel Rencana Waktu .....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>43</b>
4.1	Hasil Penelitian .....	43
4.2	Pembahasan.....	71
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>		<b>77</b>
5.1	Kesimpulan .....	77
5.2	Saran.....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>79</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>90</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Host Shopee Live Skintific Official Shop.....	4
Gambar 2. Review Ketidakpuasan konsumen Terhadap produk <i>skincare</i> lain .....	5
Gambar 3. Model Teori <i>of Planned Behavior</i> .....	20
Gambar 4. Model <i>Push-Pull Mooring</i> .....	22
Gambar 5. Kerangka Berpikir .....	24
Gambar 6. Akun Shopee dan Shopee Live Skintific Official Shop.....	26

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Total pengunjung dan peringkat Shopee .....	2
Grafik 2. Jumlah transaksi live shopping pada <i>e-commerce</i> .....	3

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Operasioanalisis Tabel .....	33
Tabel 2. Uji Validitas Variabel X .....	35
Tabel 3. Uji Validitas Variabel Y .....	35
Tabel 4. Nilai Alpha Cronbach's .....	37
Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X .....	37
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y .....	38
Tabel 7. Penurunan Skala Ratio menjadi Skala Interval.....	38
Tabel 8. Interval Koefisien Korelasi Antar Variabel .....	39
Tabel 9. Rencana Waktu Penelitian .....	42
Tabel 10. Kriteria Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel 11. Kriteria Usia Responden .....	44
Tabel 12. Kriteria Pekerjaan Responden.....	45
Tabel 13. Hasil Olah Data Kuesioner X.1 .....	46
Tabel 14. Hasil Olah Data Kuesioner X.2 .....	46
Tabel 15. Hasil Olah Data Kuesioner X.3 .....	47
Tabel 16. Hasil Olah Data Kuesioner X.4 .....	48
Tabel 17. Hasil Olah Data Kuesioner X.5 .....	49
Tabel 18. Hasil Olah Data Kuesioner X.6 .....	50
Tabel 19. Hasil Olah Data Kuesioner X.7 .....	50
Tabel 20. Hasil Olah Data Kuesioner X.8 .....	51
Tabel 21. Hasil Olah Data Kuesioner X.9 .....	52
Tabel 22. Hasil Olah Data Kuesioner X.10 .....	53
Tabel 23. Hasil Olah Data Kuesioner X.11 .....	54
Tabel 24. Hasil Olah Data Kuesioner X.12 .....	54
Tabel 25. Hasil Olah Data Kuesioner X.13 .....	55
Tabel 26. Hasil Olah Data Kuesioner X.14 .....	56
Tabel 27. Hasil Olah Data Kuesioner X.15 .....	57
Tabel 28. Hasil Olah Data Kuesioner X.16 .....	57
Tabel 29. Hasil Olah Data Kuesioner X.17 .....	58
Tabel 30. Hasil Olah Data Kuesioner X.18 .....	59
Tabel 31. Hasil Olah Data Kuesioner X.19 .....	60

Tabel 32. Hasil Olah Data Kuesioner X.20 .....	61
Tabel 33. Hasil Olah Data Kuesioner Y.1 .....	62
Tabel 34. Hasil Olah Data Kuesioner Y.2 .....	62
Tabel 35. Hasil Olah Data Kuesioner Y.3 .....	63
Tabel 36. Hasil Olah Data Kuesioner Y.4 .....	63
Tabel 37. Hasil Olah Data Kuesioner Y.5 .....	64
Tabel 38. Hasil Olah Data Kuesioner Y.6 .....	65
Tabel 39. Hasil Olah Data Kuesioner Y.7 .....	65
Tabel 40. Hasil Olah Data Kuesioner Y.8 .....	66
Tabel 41. Hasil Olah Data Kuesioner Y.9 .....	66
Tabel 42. Hasil Olah Data Kuesioner Y.10 .....	67
Tabel 43. Hasil Olah Data Kuesioner Y.11 .....	68
Tabel 44. Hasil Uji Normalitas .....	69
Tabel 45. Hasil Uji Korelasi.....	69
Tabel 46. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	70
Tabel 48. Hasil Koefisien Determinasi .....	70
Tabel 49. Hasil Uji T.....	71

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1. Riwayat Hidup.....	90
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 3. Hasil Uji Olah Data Validitas Dan Realibilitas.....	98
Lampiran 4. Tabulasi Data.....	100
Lampiran 5. Tabel Analisis Data.....	106
Lampiran 6. Kuesioner Penelitian Google Form.....	108
Lampiran 7. Hasil Turnitin.....	112
Lampiran 8. Persyaratan Skripsi.....	113