



Judul Skripsi

Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Sheilla Saukia Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengikut Akun Tiktok @shellasaukia)

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

Nama: Bela Ayuningtias Rizki

NIM: 2210411050



PROGRAM STUDI S1-ILMU
KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN
NASIONAL VETERAN JAKARTA

LEMBAR ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Bela Ayuningtias Rizki

NIM : 2210411050

Program Studi : SI Ilmu Komunikasi

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

Tangerang Selatan, April 2026

Yang menyatakan,



(Bela Ayuningtias Rizki)

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH

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

Nama : Bela Ayuningtias Rizki
NIM : 2210411050
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Kredibilitas Influencer Shella Saukia Terhadap
Minat beli (Survei Pada Pengikut Akun Tiktok @Shellasaukia)

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya menyetujui untuk:

1. Memberikan hak saya bebas royalti kepada Perpustakaan UPNVJ atas Penelitian karya ilmiah saya demi pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Memberikan hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengolah pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkan dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada perpustakaan UPNVJ, tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai Peneliti/pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan UPNVJ dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan semoga digunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 13 Juli 2026

Yang menyatakan,



Bela Ayuningtias Rizki

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Bela Ayuningtias Rizki
NIM : 2210411050
Pakultas : 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 KREDIBILITAS INFLUENCER SHELLA SAUKIA
TERHADAP MINAT BELI (SURVEI PADA PENGIKUT TIKTOK
@SHELLASAUKIA)**

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 : 13 Juli 2026

Yang menyatakan,



(Bela Ayuningtias Rizki)

SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Bela Ayuningtias Rizki
NIM : 2210411050
PROGRAM STUDI : S1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Kredibilitas Influencer Shella Saukia Terhadap Minat Beli (Survei Pada Pengikut Akun Tiktok @Shellasaukia)

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

(Puri Bestari M., S.Hum., M.Si.)

Penguji 1

(Dr. Drina Intyaswati, M.Si)

Penguji 2

(Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 29 Juni 2026

**PENGARUH KREDIBILITAS *INFLUENCER* SHELLA SAUKIA
TERHADAP MINAT BELI (SURVEI PADA PENGIKUT AKUN TIKTOK
@SHELLASAUKIA)**

BELA AYUNINGTIAS RIZKI

ABSTRAK

Perkembangan media sosial di Indonesia semakin pesat dan dimanfaatkan sebagai sarana promosi oleh berbagai pihak, termasuk *influencer*. Kredibilitas *influencer* menjadi salah satu faktor yang dapat memengaruhi minat beli konsumen terhadap produk yang dipromosikan. Namun, adanya kasus yang pernah menimpa Shella Saukia menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana kredibilitasnya masih mampu memengaruhi minat beli para pengikut akun TikTok @shellasaukia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kredibilitas *influencer* terhadap minat beli pada pengikut akun TikTok @shellasaukia dengan menggunakan Teori Kredibilitas Sumber. Metode yang digunakan adalah survei dengan penyebaran kuesioner kepada 100 pengikut akun TikTok @shellasaukia yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Sumber data dalam penelitian ini adalah data *primer*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kredibilitas *influencer* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada pengikut akun TikTok @shellasaukia. Temuan ini mendukung Teori Kredibilitas Sumber yang dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley yang menyatakan bahwa sumber yang memiliki kredibilitas tinggi akan lebih efektif dalam memengaruhi sikap dan perilaku audiens. Dengan demikian, semakin tinggi kredibilitas *influencer*, semakin tinggi pula minat beli pengikut terhadap produk yang dipromosikan.

Kata Kunci: Kredibilitas *influencer*, Minat Beli, Media Sosial TikTok.

**THE EFFECT OF SHELLA SAUKIA'S INFLUENCER CREDIBILITY ON
PURCHASE INTEREST (SURVEY OF FOLLOWERS OF THE TIKTOK
ACCOUNT @SHELLASAUKIA)**

BELA AYUNINGTIAS RIZKI

ABSTRACT

Social media is growing rapidly in Indonesia and is being used as a promotional tool by various parties, including influencers. An influencer's credibility is one factor that can influence consumers' purchase intent toward promoted products. However, an incident involving Shella Saukia raises questions about the extent to which her credibility can still influence the purchase intent of followers of the TikTok account @shellasaukia. This study aims to analyze the influence of an influencer's credibility on the purchase intent of followers of the TikTok account @shellasaukia using Source Credibility Theory. The method used was a survey involving the distribution of questionnaires to 100 followers of the TikTok account @shellasaukia, selected using purposive sampling. The data source for this study was primary data. The results indicate that influencer credibility has a positive and significant effect on the purchase intent of followers of the TikTok account @shellasaukia. This finding supports the Source Credibility Theory proposed by Hovland, Janis, and Kelley which states that sources with high credibility are more effective in influencing the attitudes and behaviors of their audience. Thus, the higher the influencer's credibility, the higher the followers' purchase intent toward the promoted product.

Keywords: *Influencer Credibility, Purchase Interest, Tiktok social media.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi yang berjudul “Pengaruh Kredibilitas Influencer Shella Saukia terhadap Minat Beli” ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Penulisan skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat peneliti ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Miss Puri Bestari M., S.Hum., M.si. selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing dengan penuh kesabaran serta memberikan arahan, masukan, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Drina Intyaswati, M.Si., selaku Dosen Penguji I dan Kak Anindita Lintangdesi Afriani, M.Si., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan kritik serta saran yang membangun demi penyempurnaan skripsi ini.
3. Ibu Uljanatunnisa, S.Sos., M.A., selaku Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi.
4. Keluarga tercinta, yaitu Papa, Mama, dan Abang saya, yang selalu mendengarkan segala keluh kesah saya serta tidak pernah berhenti memberikan dukungan dan semangat dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman yang saya cintai, Sila, Sofie, Zahira, Raihana, Aghisna, Alika, Shima, Agelisa, Rara, Moza, Khayla, Aisyah, Jeje, Nadya, Aden, Frenklin, Clara, Pingkan, terima kasih atas dukungan, semangat, serta kesediaannya untuk selalu mendengarkan keluh kesah saya selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Teman-teman perkuliahan saya yang saya sayangi, Fildzah, Nadifah, Sheila Abigail dan Ka Jihan, Terima kasih sudah mau membantu saya dalam penyusunan skripsi ini dan sabar serta selalu mensupport saya hingga penulisan ini selesai.

7. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam mengisi kuesioner sehingga saya dapat memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
8. Terakhir, saya juga ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri karena telah mampu bertahan dan sampai pada titik ini dengan segala usaha, perjuangan, serta air mata yang telah dilalui hingga akhirnya penelitian ini dapat diselesaikan tepat waktu.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kekurangan dan keterbatasan. Oleh karena itu, peneliti dengan rendah hati menerima segala bentuk kritik dan saran yang membangun. Peneliti berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menjadi referensi bagi pembaca dan peneliti selanjutnya.

Tangerang Selatan, 12 April 2026

Bela Ayuningtias Rizki

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	ii
SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
SURAT PENGESAHAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Sistematika Penelitian	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Konsep dan Teori Penelitian	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran Digital	11
2.1.2 Media Sosial Tiktok	13
2.1.3 Influencer.....	15
2.1.4 Minat Beli.....	16
2.1.5 Teori Kredibilitas Sumber	17
2.1.6 Kerangka Pemikiran	19
2.1.7 Hipotesis	20

BAB III.....	21
METODE PENELITIAN	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian	21
3.3 Operasional Variabel	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data	24
3.5.1 Kuesioner.....	25
3.5.2 Populasi	26
3.5.3 Sampel	27
3.6 Sumber Data	29
3.6.1 Data Primer.....	29
3.7 Teknik Analisis Data	30
3.7.1 Uji Instrumen.....	30
a. Uji Validitas.....	30
b. Uji Reliabilitas.....	33
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	35
3.7.3 Uji Regresi Linear Sederhana.....	35
3.7.4 Uji Koefisien determinasi.....	36
3.7.5 Uji Hipotesis	36
3.6 Jadwal Penelitian.....	37
BAB IV	38
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	38
4.2 Hasil Penelitian.....	38
4.2.1 Karakteristik Responden	39
4.2.2 Analisis Data Variabel X.....	42
4.2.3 Analisis Data Variabel Y	47
4.2.4 Hasil Uji Normalitas.....	53
4.2.5 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	54
4.2.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	56
4.2.7 Hasil Uji Hipotesis	57
4.3 Pembahasan	57

BAB V.....	61
KESIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Kesimpulan.....	61
5.2 Saran.....	62
5.2.1 Saran Praktis.....	62
5.2.2 Saran Teoritis	62
DAFTAR PUSTAKA.....	63
LAMPIRAN.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Pendapatan Industri	1
Gambar 2. Data Influencer	2
Gambar 3. Data Pengguna Media Sosial.....	3
Gambar 4. Kerangka Berpikir	19
Gambar 5. Akun tiktok @shellasaukia	26

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Operasional Variabel.....	22
Tabel 2. Skala Likert	26
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel X	31
Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Y	32
Tabel 5. Tingkat Reliabilitas Cronbach's Alpha.....	33
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	34
Tabel 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	34
Tabel 8. Perencanaan Penelitian	37
Tabel 9. Kriteria Responden	39
Tabel 10. Jenis Kelamin Responden	40
Tabel 11. Usia Responden.....	40
Tabel 12. Hasil Kuesioner Variabel X Item 1	42
Tabel 13. Hasil Kuesioner Variabel X Item 2	43
Tabel 14. Hasil Kuesioner Variabel X Item 3.....	43
Tabel 15. Hasil Kuesioner Variabel X Item 4.....	44
Tabel 16. Hasil Kuesioner Variabel X Item 5.....	44
Tabel 17. Hasil Kuesioner Variabel X Item 6.....	45
Tabel 18. Hasil Kuesioner Variabel X Item 7.....	45
Tabel 19. Hasil Kuesioner Variabel X Item 8.....	46
Tabel 20. Data Mean Variabel X	46
Tabel 21. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 1.....	47
Tabel 22. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 2.....	48
Tabel 23. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 3.....	48
Tabel 24. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 4.....	49
Tabel 25. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 5.....	49
Tabel 26. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 6.....	50
Tabel 27. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 7.....	50
Tabel 28. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 8.....	51
Tabel 29. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 9.....	51
Tabel 30. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 10.....	52
Tabel 31. Hasil Kuesioner Variabel Y Item 11.....	52
Tabel 32. Data Mean Variabel Y	53
Tabel 33. Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 34. Uji Regresi Linear Sederhana	55
Tabel 35. Uji Koefisien Determinasi	56
Tabel 36. Uji Parsial.....	57

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Bimbingan Tugas Akhir	65
Lampiran 2. Lembar Persetujuan Tugas Akhir	65
Lampiran 3 . Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel X Dan Y.....	70
Lampiran 5 Dokumentasi	72
Lampiran 6 Hasil Uji Analisis	73
Lampiran 7 Hasil Turnitin.....	74
Lampiran 8 Lembar Revisi Sidang Akhir	75
Lampiran 9 Data Riwayat Hidup	78