

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG *BEAUTY INFLUENCER* DI
MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK KOSMETIK PADA REMAJA PEREMPUAN DI
JABODETABEK**



Oleh:

Hanifah Novalia

1801617212

PSIKOLOGI

SKRIPSI

**Diajukan untuk memenuhi salah satu
syarat memperoleh Gelar Sarjana Psikologi**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

FEBRUARI 2022

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

“Pengaruh Persepsi Tentang Beauty Influencer di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja Perempuan di Jabodetabek”

Nama Mahasiswa : Hanifah Novalia
 Nomor Registrasi : 1801617212
 Jurusan/Program Studi : Psikologi
 Tanggal Ujian : 7 Februari 2022

Pembimbing I



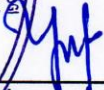
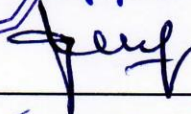



Dr. Gungum Gumelar F.R, M.Si
 NIP.197704242006041001

Pembimbing II



Dr. Lussy Dwiutami W., M.Pd
 NIP. 197909252002122001

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Lampiran	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Penanggungjawab)*		23 Feb 22
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)**		23 Feb 22
Prof. Dr. Suparno Eko Widodo, M.M. (Ketua Penguji)***		22 Februari 2022
Anna Armeini Rangkuti, M.Si (Dosen Penguji I)****		22 Februari 2022
Hermeilia Megawati, M.A. (Dosen Penguji II)****		22 Februari 2022

Catatan:

*Dekan FPPsi

**Wakil Dekan I

***Ketua Penguji

****Dosen Penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Hanifah Novalia

NIM : 1801617212

Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul **“Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja Perempuan di Jabodetabek”** adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Oktober akhir sampai pertengahan November 2021.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau dijiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 9 Maret 2022

Yang Membuat Pernyataan



(Hanifah Novalia)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanifah Novalia
NIM : 1801617212
Program Studi : Psikologi
Fakultas : Pendidikan Psikologi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif** (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja Perempuan di Jabodetabek”

Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada Tanggal: 9 Maret 2022

Yang Menyatakan



METERAI
TEMPEL
8329AJX766349881

Hanifah Novalia



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Hanifah Novalia
NIM : 1801617212
Fakultas/Prodi : Fakultas Pendidikan Psikologi
Alamat email : hanifahnovalia93@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Persepsi Tentang Beauty Influencer di Media Sosial
Terdapat Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja
Perempuan di Jabodetabek

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 9 Maret 2022



(Hanifah Novalia)
nama dan tanda tangan

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jika Kamu Tidak Mengejar Apa yang Kamu Ingin, Maka Kamu Tidak Akan Mendapatkannya. Jika Kamu Tidak Bertanya Maka Jawabannya Adalah Tidak. Jika Kamu Tidak Melangkah Maju, Kamu Akan Tetap Berada di Tempat yang Sama”

Nora Robert

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk diri saya sendiri karena dapat bertahan dan terus berusaha meski banyak halangan yang mengganggu dan juga untuk orang-orang terkasih yang selalu mendukung dan mendoakan saya agar bisa sampai ke titik ini, terutama orang tua saya. Dari melaksanakan kegiatan skripsi ini saya bisa melihat dari pandangan yang belum pernah saya lihat dan dapat menyadarkan saya bahwa masih banyak yang sayang dan selalu mendukung saya.

HANIFAH NOVALIA

**PENGARUH PERSEPSI TENTANG BEAUTY INFLUENCER DI MEDIA SO-
SIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK PADA
REMAJA PEREMPUAN DI JABODETABEK**

Skripsi

Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi

Universitas Negeri Jakarta

2022

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi tentang *beauty influencers* di media sosial terhadap keputusan pembelian produk kosmetik pada remaja perempuan di Jabodetabek. kriteria sampel yaitu remaja perempuan (15-25 tahun) pengikut dari salah satu *beauty influencer*, pernah membeli suatu produk kosmetik dari ulasan *beauty influencer*, menggunakan aplikasi TikTok, berdomisili di Jabodetabek. Instrumen pada penelitian ini menggunakan referensi dari dasar teori dan dimensi tokoh Solis & Webber (2012) untuk variabel independen dan tokoh Kotler & Keller (2016) untuk variabel dependen. Hasil penelitian yang didapat adalah persepsi tentang *beauty influencer* memiliki pengaruh sebesar 13,3% terhadap keputusan pembelian produk kosmetik.

Kata Kunci: *Beauty Influencer*, Keputusan Pembelian, dan Produk Kosmetik

HANIFAH NOVALIA

THE EFFECT OF PERCEPTIONS ABOUT BEAUTY INFLUENCER ON SOCIAL MEDIA ON PURCHASING DECISIONS TO COSMETIC PRODUCTS OF TEENAGE GIRLS IN JABODETABEK

Thesis

Jakarta: Psychology Study Program Faculty of Psychological Education, State University of Jakarta

2022

ABSTRACT

The purpose of this research is to determine the effect of perceptions about beauty influencers in social media on purchasing decisions to cosmetic products of teenage girls in Jabodetabek. The criteria to be a sample are teenage girls (15-25 year) are follower a beauty influencer the follower of beauty influencer, has bought a cosmetic product from a beauty influencer review, TikTok users, living in Jabodetabek. The instrument in this study uses references from the theoretical basis and dimensions of Solis & Webber (2012) for the independent variable and Kotler & Keller (2016) for the dependent variable. The results obtained were perceptions about the effect of beauty having an influence of 13.3% on purchasing decisions for cosmetic products.

Keyword: *Beauty Influencer, Purchase Decision, and Cosmetic Products*

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur selalu dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT yang selalu melimpahkan rahmat, ridho, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian dengan judul “Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja Perempuan di Jabodetabek” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi) di Universitas Negeri Jakarta. Peneliti sangat terbuka atas kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak yang dapat menyempurnakan penelitian ini.

Penyusunan dan penulisan penelitian ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan tulus hati menyampaikan terima kasih kepada.

1. Prof, Dr. Yufiarti M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta
2. Dr. Gumgum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si, selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ratna Dyah Suryatri, Ph.D selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, dan Mira Aryani, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta
3. Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Dr. Gumgum Gumelar Fajar Rakhman, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik dan dosen pembimbing skripsi pertama yang senantiasa bersedia meluangkan waktu untuk membimbing, mengarahkan, memberikan dukungan, serta mendorong peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, S.Pd. M.Pd, selaku dosen pembimbing skripsi kedua yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberi arahan, dan dorongan bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Seluruh jajaran dosen serta staf administrasi dan karyawan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta
7. Keluarga, terutama orang tua yang selalu bersedia mendengarkan keluhan kesah serta memberi doa dan dukungan untuk kelancaran peneliti dalam mengerjakan skripsi
8. Teman-teman peneliti, yang tidak lelah untuk mendengarkan keluhan kesah peneliti dan menjawab setiap pertanyaan yang diberikan, terutama untuk teman-teman akrab ku di perkuliahan yaitu Diah, Verin, Savira, Zhavira, dan Fahimah, terimakasih atas dukungan, doa yang selalu diberikan, dan kenangan masa-masa perkuliahan luring yang membuat tidak terasa telah bersama selama 4 tahun lamanya.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi dan membantu menyebarkan kuesioner penelitian ini.
10. Untuk adik sepupu peneliti yang terkadang terkena mood-an peneliti selama mengerjakan tugas akhir skripsi ini. Terima kasih tetap mau diajak bermain untuk melepas penat dan selalu mendukung peneliti.

Jakarta, 2 Februari 2022



Hanifah Novalia

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING DAN PANITIA SIDANG	i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKASEMIS	iv
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pembatasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.4 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.5 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.6 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.6.1 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.6.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Dimensi Keputusan Pembelian	Error! Bookmark not defined.
2.2 <i>Beauty Influencer</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.1 Persepsi Tentang <i>Beauty Influencer</i>	Error! Bookmark not defined.
2.2.2 Dimensi Persepsi Tentang <i>Beauty Influencer</i>	Error! Bookmark not defined.
2.3 Media Sosial	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Definisi Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Produk Kosmetik.....	Error! Bookmark not defined.

2.4.1	Definisi Produk	Error! Bookmark not defined.
2.4.2	Definisi Kosmetik	Error! Bookmark not defined.
2.5	Remaja.....	Error! Bookmark not defined.
2.6	Dinamika Hubungan Persepsi Tentang <i>Beauty Influencer</i> di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Remaja Perempuan di Jabodetabek	Error! Bookmark not defined.
2.7	Kerangka Konseptual	Error! Bookmark not defined.
2.8	Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
2.9	Hasil Penelitian yang Relevan.....	Error! Bookmark not defined.
2.9.1	Judul: The Effect of Content and Influencer Marketing on Purchasing Decision of Fashion Erigo Company	Error! Bookmark not defined.
2.9.2	Judul: Pengaruh Youtube <i>Beauty Vlogger</i> Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia)	Error! Bookmark not defined.
2.9.3	Judul: Pengaruh <i>Brand Image</i> Dan <i>Beauty Vlogger</i> Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over Di Media Sosial (Instagram Dan Youtube)	Error! Bookmark not defined.
2.9.4	Judul: The Effect of <i>Beauty Influencer</i> , Lifestyle, Brand Image, and Halal Labelization Towards Halal Cosmetic Purchasing Decisions	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN		Error! Bookmark not defined.
3.1	Tipe Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2	Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian ..	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Definisi Konseptual Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3	Subjek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Populasi.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.3	Teknik Pengambilan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Instrumen Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Validitas dan Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.3	Uji Coba Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.5	Analisis Data	Error! Bookmark not defined.

- 3.5.1 Uji Statistik**Error! Bookmark not defined.**
- 3.5.2 Uji Normalitas**Error! Bookmark not defined.**
- 3.5.3 Uji Linearitas.....**Error! Bookmark not defined.**
- 3.5.4 Uji Hipotesis**Error! Bookmark not defined.**

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....**Error! Bookmark not defined.**

- 4.1 Gambaran Subjek Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.1 Gambaran Subjek Berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.2 Gambaran Subjek Berdasarkan Pekerjaan **Error! Bookmark not defined.**
 - 4.1.3 Gambaran Subjek Berdasarkan Domisili **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2 Prosedur Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.1 Persiapan Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.2.2 Pelaksanaan Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
- 4.3 Hasil Analisis Data Penelitian**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.3.1 Uji Statistik Deskriptif**Error! Bookmark not defined.**
- 4.4 Tabulasi Silang (*Crosstab*)**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.1 Tabulasi Silang Antar Variabel**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.2 Tabulasi Silang Level Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* Berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.3 Tabulasi Silang Level Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* Berdasarkan Pekerjaan.....**Error! Bookmark not defined.**
 - 4.4.4 Tabulasi Silang Level Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* Berdasarkan Domisili**Error! Bookmark not defined.**
- 4.5 Uji Normalitas**Error! Bookmark not defined.**
- 4.6 Uji Linearitas**Error! Bookmark not defined.**
- 4.7 Uji Hipotesis.....**Error! Bookmark not defined.**
- 4.8 Pembahasan**Error! Bookmark not defined.**
- 4.9 Keterbatasan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARANError! Bookmark not defined.

- 5.1 Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**
- 5.2 Implikasi**Error! Bookmark not defined.**
- 5.3 Saran**Error! Bookmark not defined.**
 - 5.3.1 Bagi Penelitian Selanjutnya**Error! Bookmark not defined.**
 - 5.3.2 Bagi Masyarakat Luas.....**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKAError! Bookmark not defined.

LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR RIWAYAT PENELITIANError! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 *Blueprint* Instrumen Persepsi Tentang *Beauty Influencer* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 2 *Blueprint* Instrumen Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 3 Kaidah Reliabilitas oleh Guilford**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 4 Uji Validitas Instrumen Persepsi Tentang *Beauty Influencer* Error! Bookmark not defined.

Tabel 3. 5 Uji Realibilitas Instrumen Persepsi Tentang *Beauty Influencer* ... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 6 Uji Reliabilitas Per Dimensi Instrumen persepsi Tentang *Beauty Influencer***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 7 *Blueprint* Instrumen Persepsi Tentang *Beauty Influencer* Setelah Uji Coba**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 8 Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 9 Uji Reliabilitas Instrumen Keputusan Pembelian**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 10 Uji Reliabilitas Per Dimensi Instrumen Keputusan Pembelian .. **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 3. 11 *Blueprint* Instrumen Keputusan Pembelian Setelah Uji Coba **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 1 Gambaran Subjek Berdasarkan Usia.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 2 Gambaran Subjek Berdasarkan Pekerjaan **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 3 Gambaran Subjek Berdasarkan Domisili **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 4 Uji Statistik Deskriptif Variabel Persepsi Tentang *Beauty Influencer***Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 5 Kategorisasi Variabel Persepsi Tentang *Beauty Influencer* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 6 Uji Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 7 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 8 Hasil Tabulasi Silang Antar Variabel ...**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 9 Hasil Uji Chi Square**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 10 Hasil Tabulasi Silang Level Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* Berdasarkan Usia**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 11 Hasil Tabulasi Silang Level Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* Berdasarkan Pekerjaan.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 12 Hasil Tabulasi Silang Level Pengaruh Persepsi Tentang *Beauty Influencer* Berdasarkan Pekerjaan.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 Hasil Uji Linearitas**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 Hasil Uji ANOVA.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 15 Hasil Pengujian Analisis Regresi Sederhana **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 Hasil Koefisien Determinasi**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 *Beauty Influencer* Sebagai Panutan Dalam Dunia Kecantikan . **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual**Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 1 Grafik Histogram Variabel Persepsi Tentang *Beauty Influencer***Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 2 Grafik Histogram Variabel Keputusan Pembelian. **Error! Bookmark not defined.**

Gambar 4. 3 *Scatter Plot* Variabel Persepsi Tentang *Beauty Influencer* dan Keputusan Pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**