

**SKRIPSI**  
**PENGARUH KREDIBILITAS BEAUTY VLOGGER  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK  
KOSMETIK “S”**



*Mencerdaskan dan  
Memartabatkan Bangsa*

**VIRA TRI HANDRIANA**

**1516617045**

**Skripsi ini ditulis untuk memenuhi persyaratan dalam  
memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.)**

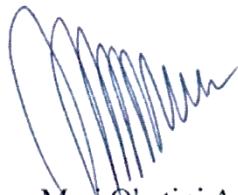
**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2023**

## LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik "S"  
Penyusun : Vira Tri Handriana  
NIM : 1516617045  
Tanggal Ujian : 16 Januari 2023

Disetujui oleh:

Pembimbing I



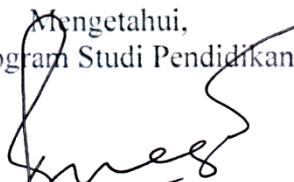
Dra. Mari Okatini A, MKM.  
NIP. 196710091993032001

Pembimbing II



Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si  
NIP. 197202292005012001

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



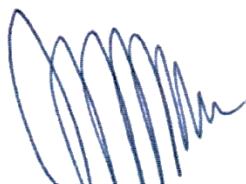
Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum.  
NIP. 197203202005012001

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik "S"  
Penyusun : Vira Tri Handriana  
NIM : 1516617045

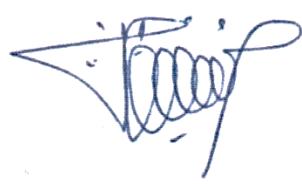
Disetujui oleh:

Pembimbing I



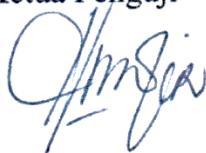
Dra. Mari Okatini A, MKM.  
NIP. 196710091993032001

Pembimbing II



Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si., Apt., M.Si  
NIP. 197202292005012001

Ketua Penguji



Dra. Eti Herawati, M.Si  
NIP. 196310061989032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi  
Anggota Penguji



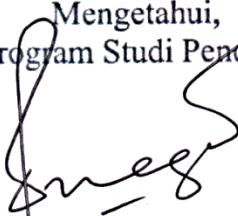
Dr. Sitti Nursetiawati, M.Si  
NIP. 195909021983032001

Anggota Penguji



Dr. Aniesa Puspa Arum, M.Pd  
NIDN. 0010028808

Mengetahui,  
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias



Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum.  
NIP. 197203202005012001

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 26 Januari 2023

Yang membuat pernyataan



Vira Tri Handriana  
NIM. 1516617045



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220  
Telepon/Faksimili: 021-4894221  
Laman: [lib.unj.ac.id](http://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 : Vira Tri Handriana  
NIM : 1516617045  
Fakultas/Prodi : Teknik / Pendidikan Tata Rias  
Alamat email : virahandriana@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Pengaruh Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik "S"

---

---

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Ekslusif 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, 17 Februari 2023

Penulis

(Vira Tri Handriana)

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat karunia-Nya, sehingga penulis mampu menjalankan penelitian ini dengan baik. Penelitian ini berjudul “Pengaruh Kredibilitas Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik ‘S’”, dengan tujuan untuk memenuhi persyaratan dalam mendapatkan gelar sarjana pendidikan dari Program Studi Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, terdapat banyak pihak yang terlibat untuk membantu dan memotivasi. Oleh karena itu, peneliti memberikan apresiasi dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya. Untuk itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si. selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. Uswatun Hasanah M.Si selaku Dekan Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias.
4. Ibu Dra. Mari Okatini A, MKM. selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt., M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi penulis dalam proses penulisan skripsi.
5. Seluruh dosen Pendidikan Tata Rias, Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan ilmu yang sangat berharga pada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh jajaran staf Program Studi Pendidikan Tata Rias yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi.
7. *Beauty Vlogger Miss “X”* sebagai objek penelitian dan yang telah membantu dalam proses penelitian.
8. Keempat orang tua saya tercinta Moch. Edy Prayitno, Siti Romelah, Sutrisno, dan Any Supartini, serta saudara-saudara saya atas dukungan dan doa yang datang dalam berbagai bentuk dan tidak pernah berhenti mengalir.
9. Rahmatina Inasa dan Irsyad yang telah memberikan bantuan besar dalam proses penelitian.
10. Seluruh teman-teman Pendidikan Tata Rias 2017 yang telah bersama berjuang dalam masa perkuliahan.
11. Seluruh anggota NCT DREAM yang telah memberikan motivasi besar kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
12. Seluruh pihak yang telah banyak membantu dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.

Doa dan harapan penulis kepada seluruh pihak yang terlibat senantiasa diberikan rezeki yang berlimpah oleh Allah SWT. Penulis menyadari bahwa skripsi ini belum mendekati kata sempurna, namun doa untuk penelitian ini tetap dapat membawa manfaat bagi pembaca.

Jakarta, 14 Januari 2023  
Penyusun,

Vira Tri Handriana



## ABSTRAK

**Vira Tri Handriana. Skripsi: Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik “S”. Jakarta: Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta: 2023.**

Dengan berkembangnya penggunaan media sosial dalam memperoleh informasi, calon pembeli produk kosmetik akan terlebih dahulu mencari informasi dari berbagai macam sumber, termasuk ulasan dari *beauty vlogger* di YouTube. Kehadiran *beauty vlogger* menjadi salah satu bentuk bertukarnya informasi yang mampu mempengaruhi penjualan suatu produk. *Miss “X”* menjadi salah satu *beauty vlogger* di Indonesia yang tidak luput memberikan ulasan pada suatu merek kosmetik, termasuk merek kosmetik “S”. Namun, terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu bahwa *beauty vlogger* tidak mempengaruhi keputusan pembelian dan belum diketahuinya kredibilitas *Miss “X”* sebagai seorang *beauty vlogger*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas *beauty vlogger* terhadap keputusan pembelian produk kosmetik “S”. Dalam penelitian ini memiliki beberapa variabel yaitu Keterpercayaan (*Trustworthiness*), Keahlian (*Expertise*), Daya Tarik (*Attractiveness*) sebagai variabel independen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode SEM-PLS yang dihitung menggunakan aplikasi SMARTPLS 3.0. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan kanal *YouTube beauty vlogger Miss “X”*. Teknik pengumpulan data menggunakan *non probability sampling* dengan beberapa kriteria termasuk responden yang sudah pernah menggunakan produk kosmetik merek “S”. Berdasarkan perhitungan rumus Slovin, jumlah pada penelitian ini adalah 100 responden. Hasil menunjukkan bahwa kredibilitas *beauty vlogger Miss “X”* mempengaruhi Keputusan Pembelian produk kosmetik “S” sebesar 33,8%. Keterpercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, namun Keahlian dan Daya Tarik tidak mempengaruhi secara signifikan meskipun positif terhadap Keputusan Pembelian produk kosmetik “S”.

**Kata Kunci:** *Beauty vlogger*, Keputusan Pembelian, Kredibilitas.

## **ABSTRACT**

**Vira Tri Handriana. Thesis: The Effect of Beauty Vlogger's Credibility toward Decision Purchasing of "S" Cosmetic Product. Jakarta: Cosmetology Education, Faculty of Engineering, State University of Jakarta. 2023.**

With the development of using social media in gaining more information, a cosmetic product potential buyer will search for more information from various sources, including reviews from beauty vloggers on YouTube. Beauty Vlogger existence beauty vlogger can be a form of information exchange that can affect the sales of a product. Miss "X" becomes one of beauty vlogger in Indonesia who also makes review of cosmetic brand, including cosmetic brand "S". Nonetheless, there is a research result inconsistency about beauty vlogger does not affect purchasing decision and Miss "X"'s credibility as a beauty vlogger is not yet known. This research aims to find out how much a beauty vlogger's credibility can affect the decision purchasing of "S" cosmetic products. This research used Trustworthiness, Expertise, and Attractiveness as independent variables. The research methodology used in this research was a quantitative method with SEM-PLS method that was calculated by SMARTPLS 3.0 application. The population of this research was the subscribers of Miss "X"'s YouTube channel. In collecting data, the writer used non probability sampling with some criterions including a respondent who used "S" cosmetic product. The study sample of this research was 100 based on Slovin formula calculation. The result of the study shows that beauty vlogger Miss "X"'s credibility affects the purchasing decision of "S" cosmetic products by 33,8%. Trustworthiness has a positive and significant effect towards Purchasing Decision. However, Expertise and Attractiveness do not have significant effect towards "S" cosmetic products despite being positive.

**Keyword:** Beauty vlogger, Decision Purchasing, Credibility.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	ii
<b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	iv
<b>ABSTRAK .....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	x
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xi
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	1
1.1    Latar Belakang Masalah.....	1
1.2    Identifikasi Masalah.....	4
1.3    Pembatasan Masalah.....	4
1.4    Perumusan Masalah .....	5
1.5    Tujuan Penelitian .....	5
1.6    Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	6
2.1 Landasan Teori.....	6
2.1.1 Hakikat Keputusan Pembelian Produk Kosmetik “S” .....	6
2.1.2 Hakikat Kredibilitas <i>Beauty Vlogger</i> .....	10
2.2 Penelitian yang Relevan.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.3.1 Pengaruh Keterpercayaan terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.3.2 Pengaruh Keahlian terhadap Keputusan Pembelian .....	21
2.3.3 Pengaruh Daya Tarik terhadap Keputusan Pembelian .....	22
2.4 Hipotesis Penelitian .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	23
3.1 Tempat, Waktu dan Subjek Penelitian.....	23
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	23
3.2.1 Populasi.....	23
3.2.2 Sampel.....	23
3.3 Definisi Operasional .....	25
3.3.1 Definisi Operasional Variabel X.....	25

3.3.2 Definisi Operasional Variabel Y .....	25
3.4 Metode, Rancangan, dan Prosedur Penelitian Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.5 Instrumen Penelitian .....	27
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	29
3.7.1 <i>Structural Equation Model (SEM) – Partial Least Square (PLS)</i> .....	29
3.7.2 Uji Model .....	32
3.7.3 Uji Hipotesis .....	34
3.8 Hipotesis Statistik .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1 Deskripsi Data.....	36
4.1.1 Deskriptif Data Statistik.....	38
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data .....	40
4.2.1 Evaluasi <i>Outer Model</i> .....	40
4.2.2 Evaluasi <i>Inner Model</i> .....	43
4.3 Pengujian Hipotesis .....	45
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian .....	46
4.4.1 Pengaruh Keterpercayaan Terhadap Keputusan Pembelian.....	46
4.4.2 Pengaruh Keahlian Terhadap Keputusan Pembelian .....	46
4.4.3 Pengaruh Daya Tarik Terhadap Keputusan Pembelian.....	47
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	47
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>49</b>
5.1 Kesimpulan .....	49
5.2 Saran .....	50
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>54</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Pencapaian Merek Kosmetik “S”.....	3
Tabel 3.1 Kisi-kisi Instrumen Variabel .....	28
Tabel 4.1 Hasil Data Statistik Deskriptif .....	38
Tabel 4.2 Hasil <i>Output Outer Loading</i> .....	40
Tabel 4.3 Hasil <i>Output Composite Reliability dan Average Variance Extracted.</i>	41
Tabel 4.4 Hasil <i>Output Fornell Larcker</i> .....	41
Tabel 4.5 Hasil <i>Output Cross Loading</i> .....	42
Tabel 4.6 Hasil <i>Output R Square</i> .....	43
Tabel 4.7 Hasil <i>Output Path Coefficient</i> .....	44
Tabel 4.8 Hasil <i>Output Q<sup>2</sup> Predictive Relevance</i> .....	44
Tabel 4.9 Hasil <i>Output Model Fit</i> .....	44
Tabel 4.10 Hasil <i>Output Bootstrapping</i> .....	45



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	8
Gambar 2.2 Video dalam kanal YouTube Miss “X” .....	14
Gambar 2.3 Video dalam kanal YouTube Tasya Farasya.....	14
Gambar 2.4 Video dalam kanal YouTube Suhay Salim .....	15
Gambar 2.5 Video dalam kanal YouTube Abel Cantika .....	16
Gambar 2.6 Bagan Kerangka Berpikir.....	20
Gambar 3.1 <i>Outer Model</i> .....	31
Gambar 3.2 <i>Inner Model</i> .....	31
Gambar 4.1 Profil Usia Responden.....	36
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden .....	37
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden .....	37
Gambar 4.4 Kerangka Model Pengukuran.....	40



## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	55
Lampiran 2 Data Tabulasi Kuesioner Penelitian .....	59
Lampiran 3 Analisis Data dengan SEM – PLS .....	63

