

**PENGARUH *CONTENT MARKETING*, *INFLUENCER*  
*ENDORSEMENT*, DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH*  
TERHADAP MINAT BELI PRODUK *SKINCARE* LOKAL**

**AUDREY SAFA SALSABILA**

**1707620066**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar  
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN BISNIS**

**FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

**2024**

***THE EFFECT OF CONTENT MARKETING, INFLUENCER  
ENDORSEMENT, AND ELECTRONIC WORD OF MOUTH ON  
PURCHASE INTENTION OF LOCAL SKINCARE PRODUCTS***

**AUDREY SAFA SALSABILA**

**1707620066**



*Mencerdaskan &  
Memartabatkan Bangsa*

*This thesis was prepared as one of the requirements to obtain a Bachelor of  
Education Degree at the Faculty of Economics, State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF BUSINESS EDUCATION***

***FACULTY OF ECONOMICS***

***STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

***2024***

## ABSTRAK

**AUDREY SAFA SALSABILA.** Pengaruh *Content marketing*, *Influencer endorsement*, dan *Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli Produk *Skincare Lokal*. Skripsi. Jakarta. Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *content marketing*, *influencer endorsement*, dan *electronic word of mouth* terhadap minat beli produk *skincare* lokal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan SEM (*Structural Equation Model*). Metode penelitian ini adalah *purposive sampling* yang termasuk ke dalam *non probability sampling*. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan dikumpulkan melalui kuisioner dengan jumlah responden 250 orang. Kriteria dalam pengambilan sampel adalah lahir pada rentang tahun 1995-2012 (generasi Z), berdomisili di Jabodetabek, pengguna aktif media sosial TikTok dan minimal tiga kali pernah melihat konten produk *skincare* lokal di media sosial Tiktok, serta tertarik membeli salah satu produk *skincare* lokal (Wardah, MS Glow, Scarlett, Emina, Somethinc, dan Avoskin). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *content marketing* dan *electronic word of mouth* berpengaruh positif terhadap minat beli produk *skincare* lokal. Namun, *influencer endorsement* tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat beli.

**Kata Kunci:** *content marketing*, *influencer endorsement*, *electronic word of mouth*, minat beli, *skincare*

## ABSTRACT

**AUDREY SAFA SALSABILA.** *The Effect of Content marketing, Influencer endorsement, and Electronic Word of Mouth on Purchase Intention of Local Skincare Products.* Thesis. Jakarta. Business Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University.

*This research aim to examine the effect of content marketing, influencer endorsement, and electronic word of mouth on purchase intention of local skincare products. This research uses a quantitative approach with SEM (Structural Equation Model). This research method is purposive sampling which is included in non probability sampling. In this research, the sample used was collected through a questionnaire with 250 respondents. The criteria for sampling are born in the range of 1995-2012 (generation Z), domiciled in Jabodetabek, active users of TikTok and at least three times have seen local skincare local product content on TikTok, and interested in buying one of the local skincare products (Wardah, MS Glow, Scarlett, Emina, Somethinc, and Avoskin). The results results showed that content marketing and electronic word of mouth have a possitive effect on purchase intention in local skincare products.*

**Keywords:** *content marketing, influencer endorsement, electronic word of mouth, purchase intention, skincare*








## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi



Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D  
NIP 197002122008121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Nadya Fadhillah Fidhyallah, S.Pd., M.Pd NIP 193302202019032022 (Ketua Sidang)		22 Juli 2024
2	Prof. Corry Yohana, MM NIP 195909181985032011 (Penguji Ahli 1)		22 Juli 2024
3	Daru Putri Kusumaningtyas, S.E., M.Han NIP 199504122023212041 (Penguji Ahli 2)		22 Juli 2024
4	Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si NIP 19720617199931001 (Pembimbing 1)		22 Juli 2024
5	Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM NIP 198103222023212013 (Pembimbing 2)		22 Juli 2024

Nama : Audrey Safa Salsabila  
No. Registrasi : 1707620066  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 10 Juli 2024

# PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini, saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum pernah 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 dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 31 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



Audrey Safa Salsabila

NIM. 1707620066

# LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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 : Audrey Safa Salsabila  
NIM : 1707620066  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/S1 Pendidikan Bisnis  
Alamat email : [audreysafasl@gmail.com](mailto:audreysafasl@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 CONTENT MARKETING, INFLUENCER ENDORSEMENT, DAN ELECTRONIC  
WORD OF MOUTH TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE LOKAL**

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, 31 Juli 2024

Penulis

(Audrey Safa Salsabila)

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Content marketing, Influencer Endorsement, dan Electronic Word of Mouth* terhadap Minat Beli Produk *Skincare* Lokal”**.

Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Pendidikan di Universitas Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Prof. Usep Suhud, M.Si., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
2. Ibu Nadya Fadillah F, S.Pd., M.Pd, selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.
3. Bapak Dr. Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si. dan Ibu Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., MM, selaku Dosen Pembimbing 1 dan 2 atas bimbingan dan pengarahan yang diberikan.
4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama di bangku perkuliahan.
5. Kedua orang tua yang peneliti cintai dan sayangi, yang dengan rasa cinta dan kasih sayangnya secara tulus telah membesarkan, mendukung, dan mendoakan peneliti hingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.



6. Untuk diri sendiri, yang begitu luar biasa karena telah berhasil bertahan sejauh ini.
7. Nisa Ramza, selaku teman terdekat saya yang selalu menjadi teman berkeluh kesah, yang saling memberikan hiburan dan motivasi. Terima kasih untuk setiap kebersamaan dan canda tawa.
8. Arin, Hanifah, Maulidia, Monic, dan Rina, selaku teman perkuliahan saya yang selalu membantu dalam setiap proses penyusunan skripsi. Terima kasih telah memberikan bantuan dan dukungan yang berharga dari awal perkuliahan sehingga saya dapat menyelesaikannya.
9. Fauziyah, Siti, Shafa, Syafna, Eryan, dan Virda, selaku teman SMP saya. Terima kasih untuk tangan yang selalu diulurkan dan telinga yang siap mendengarkan segala keluhan kesah. Terima kasih karena selalu ada di setiap proses.
10. Terakhir, kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk membantu dalam mengisi kuisioner penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan peneliti dalam hal pengalaman dan wawasan. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya saran serta masukan bahkan kritik yang dapat membangun guna perbaikan di masa mendatang.

Jakarta, 3 Juli 2024



Audrey Safa Salsabila

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Pertanyaan Penelitian .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian .....	13
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	14
2.1 Teori Pendukung .....	14
2.1.1 Minat Beli.....	14
2.1.2 <i>Content marketing</i> .....	16
2.1.3 <i>Influencer endorsement</i> .....	18
2.1.4 <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	21
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis.....	23

2.2.1 <i>Content marketing</i> terhadap minat beli .....	23
2.2.2 <i>Influencer endorsement</i> terhadap minat beli .....	24
2.2.3 <i>Electronic Word of Mouth</i> terhadap Minat Beli .....	25
2.3 Kerangka Penelitian .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	28
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	28
3.1.1 Waktu Penelitian.....	28
3.1.2 Tempat Penelitian.....	28
3.2 Desain Penelitian.....	30
3.2.1 Metode Penelitian.....	30
3.2.2 Kontelasi Pengaruh Antar Variabel .....	31
3.3 Populasi dan Sampel .....	32
3.3.1 Populasi .....	32
3.3.2 Sampel.....	33
3.4 Pengembangan Instrumen .....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	40
3.6 Teknik Analisis Data .....	41
3.6.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.6.2 Uji Hipotesis.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	45
4.1 Deskripsi Data.....	45
4.2 Hasil .....	52
4.2.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
4.2.2 Uji Pengukuran.....	55
4.2.3 Uji Hipotesis.....	57

4.3 Pembahasan.....	58
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>63</b>
5.1 Kesimpulan .....	63
5.2 Implikasi.....	64
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	64
5.2.2 Implikasi Praktis.....	64
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	65
5.4 Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>67</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN.....</b>	<b>77</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Indikator <i>Content marketing</i> .....	36
Tabel 3. 2 Indikator <i>Influencer endorsement</i> .....	37
Tabel 3. 3 Indikator <i>Electronic Word of Mouth</i> .....	38
Tabel 3. 4 Indikator Minat Beli .....	39
Tabel 3. 5 Pengukuran Skala <i>Likert</i> .....	40
Tabel 3. 6 Pedoman <i>Factor Loading</i> yang Signifikan Berdasarkan Ukuran Sampel .....	42
Tabel 3. 7 <i>Goodness of Fit Indices</i> .....	44
Tabel 4. 1 Profil Responden: Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Profil Responden: Usia.....	46
Tabel 4. 3 Profil Responden: Pendidikan Terakhir.....	46
Tabel 4. 4 Profil Responden: Domisili .....	46
Tabel 4. 5 Profil Responden: Status Pekerjaan.....	47
Tabel 4. 6 Profil Responden: Tingkat Pendapatan .....	47
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas Dengan CR .....	54
Tabel 4. 9 Hasil Uji Pengukuran Sebelum Modifikasi.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Pengukuran Setelah Modifikasi.....	57
Tabel 4. 11 Hasil Pengujian Hipotesis.....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Media Sosial.....	3
Gambar 1. 2 Media Sosial Terpopuler di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3 Peringkat Negara Dengan Pengguna Tiktok Terbesar.....	5
Gambar 1. 4 Pendapatan Industri Kecantikan.....	6
Gambar 1. 5 <i>Brand</i> Kecantikan Penjualan Terbanyak.....	7
Gambar2. 1 Kerangka Penelitian.....	27
Gambar 3. 1 Kontenlasi hubungan antar variabel.....	32
Gambar 4. 1 Model SEM Sebelum Modifikasi.....	55
Gambar 4. 2 Model SEM Setelah Modifikasi.....	56



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner.....	77
Lampiran 2 Tabulasi Data .....	81
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas .....	88
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas.....	90
Lampiran 5 Hasil Uji Pengukuran.....	91
Lampiran 6 Hasil Uji Hipotesis.....	93
Lampiran 7 Hasil Cek Turnitin.....	96
Lampiran 8 Kartu Konsultasi Bimbingan Skripsi .....	97
Lampiran 9 Riwayat Hidup .....	99

