

SKRIPSI

**PENGARUH ULASAN PELANGGAN PRODUK KOSMETIK
RIAS WAJAH DEKORATIF TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF DI TIKTOK *SHOP***



Intelligentia - Dignitas

FIRDA FAIRUZ KARIMAH

1516620044

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA RIAS

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh *Online Customer Review* (Ulasan Pelanggan secara Daring) Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif terhadap Perilaku Konsumtif di *TikTok Shop* (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta)

Penyusun : Firda Fairuz Karimah

NIM : 1516620044

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,



Sri Irtawidjajanti, M.Pd
NIP. 197009272002122001



Prof. Dr. Neneng Siti Silfi A, M.Si. Apt.
NIP. 197202292005012005

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias
Universits Negeri Jakarta



Dr. Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 198309272008122001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah
Dekoratif terhadap Perilaku Konsumtif di TikTok Shop
Penyusun : Firda Fairuz Karimah
NIM : 1516620044
Tanggal Ujian : 28 Juli 2025

Disetujui Oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Sri Irtawidjajanti, M.Pd
NIP. 197009272002122001

Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si
NIP. 197202292005012005

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi:

Ketua Penguji

Anggota Penguji I,

Anggota Penguji II,

Dra. Mari Okatini Armandari, M.K.M
NIP. 196710091993032001

Dian Pertiwi Josua, M.Si
NIP. 199410122023212039

Nurina Ayuningtyas, M.Pd
NIP. 198506162015042001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias

Dr. Nurul Hidayah, M.Pd
NIP. 198309272008122001

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik dari Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasi, 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 ketidak benaran, 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, 08 Juli 2025
Yang membuat pernyataan,



Firda Fairuz Karimah
1516620044

Intelligentia - Dignitas

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
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 : Firda Fairuz Karimah
NIM : 1516620044
Fakultas/Prodi : Fakultas Teknik/Pendidikan Tata Rias
Alamat email : firda.fairuz03@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 Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif terhadap Perilaku Konsumtif di TikTok Shop.

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, 8 Agustus 2025

Penulis

(Firda Fairuz Karimah)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif terhadap Perilaku Konsumtif di TikTok Shop”**. Penulisan ini disusun sebagai salah satu persyaratan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Pendidikan Tata Rias Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si. selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta sekaligus Dosen Pembimbing II saya atas waktu, bimbingan dan bantuan yang diberikan selama penyusunan skripsi.
2. Dr. Nurul Hidayah, M.Pd. selaku Koordinator Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.
3. Sri Irtawidjanti, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing I saya atas waktu, bimbingan, motivasi, dan saran yang diberikan selama penyusunan skripsi.
4. Seluruh dosen dan karyawan Program Studi Pendidikan Tata Rias yang telah memberikan pengarahan dan dukungan.
5. Kedua orang tuaku tercinta Bapak Firman Hamdani dan Vivi Fairuz yang selalu memberikan do'a, dukungan semangat, kasih sayang, dan materil. Terima kasih atas semua yang telah diberikan kepada penulis yang tidak bisa dibandingkan dengan apapun. Karya tulis dan gelar ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya.
6. Saudara kandungku tersayang, Muhammad Farhan Jamil, Felicia Sahla Hayati, Fattiyyah Syakhwiyyah, dan Fadel Muhammad Zein telah menjadi pendengar yang baik dan menghibur penulis saat penulis sedang berkeluh kesah, memberikan do'a, dukungan, dan semangat kepada penulis.
7. Sahabat seperjuangan di bangku perkuliahan yang selalu kebersamai, yaitu Alya Juwita Zahira, Chairunnisaa Sikumbang, dan Amelia Natasya yang selalu mendukung, memberikan doa dan mendengarkan keluh kesah penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh teman-teman Prodi Pendidikan Tata Rias angkatan 2020 yang telah mendukung, berbagi pengalaman suka dan duka, serta berbagi ilmu selama kuliah.
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya yang telah banyak membantu selama proses penulisan skripsi hingga selesai.
10. Firda Fairuz Karimah, diri saya sendiri karena telah bertanggungjawab untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih tetap berusaha dan tidak menyerah dalam keadaan apapun, serta senantiasa menikmati setiap prosesnya, terima kasih sudah bertahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan baik dalam pengetahuan, penulisan maupun isi skripsi ini. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun guna

meningkatkan kualitas skripsi ini. Penulis berharap bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan dalam pembuatan karya tulis lainnya.

Jakarta, 08 Juli 2025



Firda Fairuz Karimah



Intelligentia - Dignitas

**PENGARUH ULASAN PELANGGAN PRODUK KOSMETIK RIAS
WAJAH DEKORATIF TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF DI
TIKTOK *SHOP***

Firda Fairuz Karimah

**Dosen Pembimbing: Sri Irtawidjajanti, M.Pd. dan Prof. Dr. Neneng Siti Silfi
A, M.Si. Apt.**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ulasan pelanggan terhadap perilaku konsumtif pada mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Rias dalam pembelian produk kosmetik rias wajah dekoratif di TikTok *Shop*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswi aktif Program Studi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta. Data dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian dianalisis dengan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ulasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku konsumtif. Elemen-elemen seperti persepsi kegunaan, kredibilitas sumber, kualitas argumen, dan jumlah ulasan memainkan peran penting dalam mendorong keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan implikasi bagi konsumen untuk lebih bijak dalam menyikapi ulasan pelanggan serta bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran berbasis ulasan pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa ulasan pelanggan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku konsumtif dengan nilai signifikansi sebesar $<0,001$ yang lebih kecil dari 0,05. Sementara itu, nilai koefisien determinasi ($R = 0,087$) menunjukkan bahwa 8,7% pengaruh pelanggan berperan sebesar 8,7% pada perilaku konsumtif di TikTok *Shop*, sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Ulasan Pelanggan, Perilaku Konsumtif, TikTok *Shop*

Intelligentia - Dignitas

***THE INFLUENCE OF CUSTOMER REVIEWS OF DECORATIVE MAKEUP
COSMETIC PRODUCTS ON CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON TIKTOK
SHOP***

***Supervisor: Sri Irtawidjajanti, M.Pd. and Prof. Dr. Neneng Siti Silfi A, S.Si,
Apt, M.Si***

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of customer reviews on the consumptive behavior of students in the Cosmetology Education Study Program when purchasing decorative makeup products on TikTok Shop. This research uses a quantitative approach with a survey method. The population consists of active students in the Cosmetology Education Program at the State University of Jakarta. Data were collected through questionnaires and analyzed using simple linear regression. The results show that customer reviews significantly influence consumer behavior. Elements such as perceived usefulness, source credibility, argument quality, and the number of reviews play an important role in purchase decisions. This research implies the importance for consumers to be more critical of online reviews and for business actors to optimize review-based marketing strategies. The analysis results show that customer reviews have a significant influence on consumer behavior with a significance value of <0.001 , which is less than 0.05. Meanwhile, the coefficient of determination ($R= 0.087$) shows that 8.7% of the influence of customer reviews plays a role of 8.7% in consumer behavior on TikTok Shop, with the rest being influenced by other factors.

Keywords: Customer Review, Consumer Behavior, TikTok Shop

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	5
1.3 Pembatasan Masalah	5
1.4 Rumusan Masalah	6
1.5 Tujuan Penelitian.....	6
1.6 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II	8
2.1 Perilaku Konsumtif di TikTok <i>Shop</i> Mahasiswi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta.....	8
2.1.1 Perilaku Konsumtif	8
2.1.2 TikTok <i>Shop</i>	16
2.1.3 Mahasiswi Pendidikan Tata Rias Universitas Negeri Jakarta	22
2.2 Pengaruh Ulasan Pelanggan (<i>Online Customer Review</i>) Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif.....	24
2.2.1 Ulasan Pelanggan (<i>Online Customer Review</i>)	24
2.2.2 Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif	26
2.1 Penelitian Relevan.....	30
2.2 Kerangka Pemikiran	31
2.3 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III.....	34
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.2 Metode Penelitian.....	34
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.3.1 Populasi.....	34
3.3.2 Sampel.....	35
3.4 Teknik Pengumpulan Data	36
3.4.1 Instrumen Variabel Terikat Y (Perilaku Konsumtif di TikTok <i>Shop</i>)...37	
3.4.2 Instrumen Variabel Bebas X (Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif).....	42
3.5 Teknik Analisis Data	48
3.5.1 Uji Persiapan Analisis Statistik	49
3.5.2 Pengujian Hipotesis.....	50
3.6 Hipotesis Statistika	51

BAB IV	53
4.1 Deskripsi Data	53
4.1.1 Karakteristik Data Responden.....	54
4.1.2 Data Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif (X)	55
4.1.3 Data Perilaku Konsumtif di TikTok <i>Shop</i> (Y).....	57
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis Data.....	59
4.2.1 Uji Normalitas	59
4.2.2 Uji Linearitas.....	60
4.3 Pengujian Hipotesis.....	61
4.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana	61
4.3.2 Uji T	62
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi.....	63
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian	64
4.5 Keterbatasan Penelitian	67
BAB V.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Implikasi.....	69
5.3 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
LAMPIRAN.....	74
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	106



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengguna <i>E-Commerce</i> terbanyak per Februari 2024	3
Tabel 3. 1 Populasi Mahasiswi Aktif S1 Pendidikan Tata Rias	35
Tabel 3. 2 Sampel Mahasiswi Aktif S1 Pendidikan Tata Rias	36
Tabel 3. 3 Kisi-Kisi Instrumen Perilaku Konsumtif di TikTok <i>Shop</i> (Y)	38
Tabel 3. 4 Skor Alternatif Jawaban dalam <i>Skala Likert</i> (Y)	39
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y	41
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabel Variabel Y	42
Tabel 3. 7 Kisi-Kisi Instrumen Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif	43
Tabel 3. 8 Skor Alternatif Jawaban dalam <i>Skala Likert</i> (X)	44
Tabel 3. 9 Hasil Uji Validitas Variabel X	46
Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabel Variabel X	48
Tabel 4. 1 Jumlah Responden Mahasiswi Aktif S1 Tata Rias	54
Tabel 4. 2 Usia Responden	54
Tabel 4. 3 Tahun Angkatan Responden	54
Tabel 4. 4 Hasil Data Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif	55
Tabel 4. 5 Distribusi Frekuensi Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif (X)	56
Tabel 4. 6 Hasil Data Perilaku Konsumtif di TikTok <i>Shop</i>	57
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif di TikTok <i>Shop</i>	58
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Data	59
Tabel 4. 9 Hasil Uji Linearitas Data	60
Tabel 4. 10 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	61
Tabel 4. 11 Hasil Uji Parsial (Uji-T)	63
Tabel 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR GAMBAR

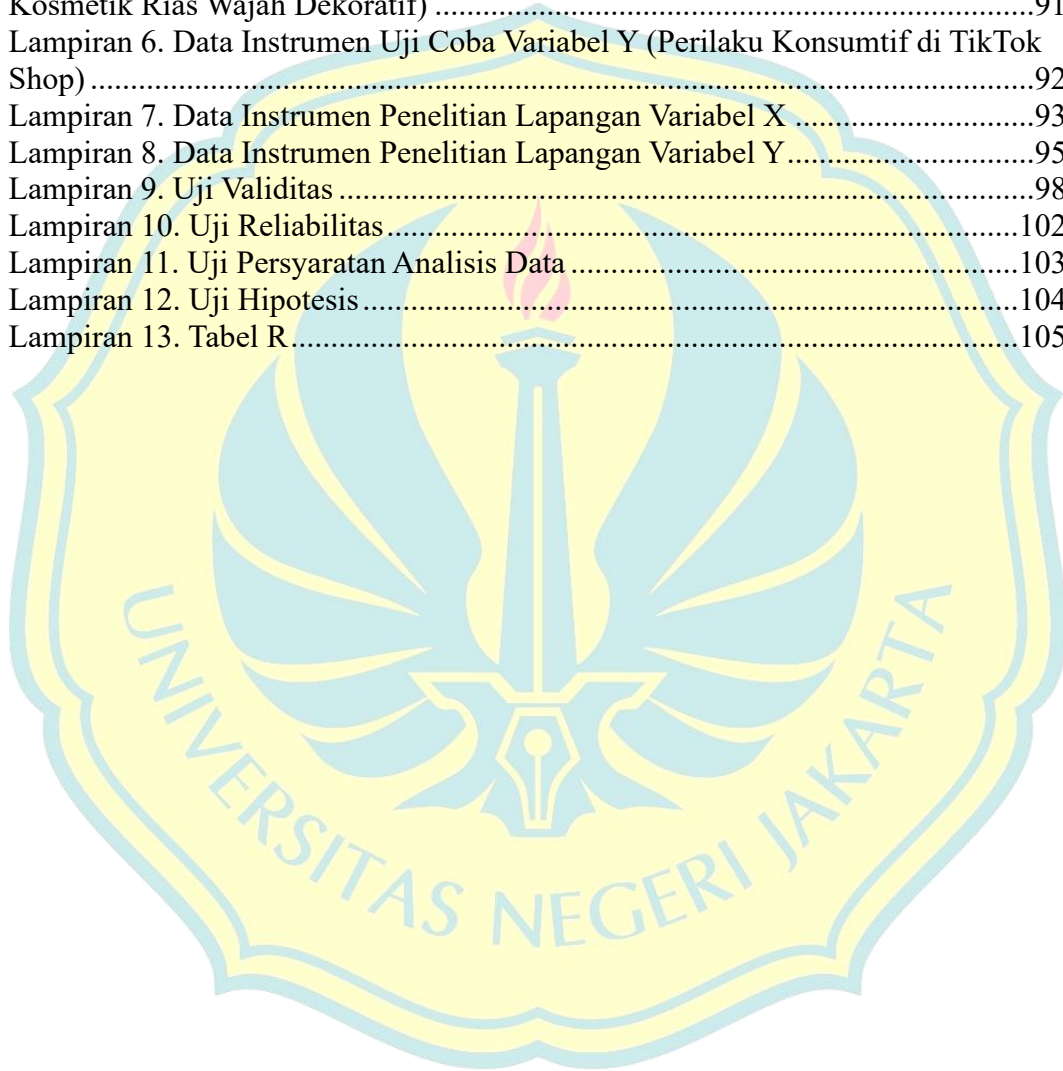
Gambar 1. 1 Riwayat Pesanan	2
Gambar 2. 1 Fitur Beranda TikTok Shop	18
Gambar 2. 2 Fitur <i>Live Shopping</i> TikTok Shop.....	18
Gambar 2. 3 Fitur <i>Shoppable Videos</i>	19
Gambar 2. 4 Fitur <i>Tab Shop</i> TikTok Shop.....	19
Gambar 2. 5 Fitur Iklan TikTok Shop	20
Gambar 2. 6 Fitur Analitik	20
Gambar 2. 7 Fitur <i>Seller Center</i>	21
Gambar 2. 8 Fitur <i>Order Center</i>	21
Gambar 2. 9 Fitur <i>Customer Reviews</i>	22
Gambar 4. 1 Histogram Distribusi Frekuensi Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif	57
Gambar 4. 2 Histogram Distribusi Frekuensi Perilaku Konsumtif di TikTok Shop	59
Gambar 4. 3 Grafik Regresi Linear Sederhana	62



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi-kisi Instrumen Uji Coba.....	74
Lampiran 2. Kuesioner Uji Coba Penelitian	76
Lampiran 3. Kisi-kisi Instrumen Penelitian Lapangan	83
Lampiran 4. Kuesioner Penelitian Lapangan	85
Lampiran 5. Data Instrumen Uji Coba Variabel X (Ulasan Pelanggan Produk Kosmetik Rias Wajah Dekoratif)	91
Lampiran 6. Data Instrumen Uji Coba Variabel Y (Perilaku Konsumtif di TikTok Shop)	92
Lampiran 7. Data Instrumen Penelitian Lapangan Variabel X	93
Lampiran 8. Data Instrumen Penelitian Lapangan Variabel Y	95
Lampiran 9. Uji Validitas	98
Lampiran 10. Uji Reliabilitas	102
Lampiran 11. Uji Persyaratan Analisis Data	103
Lampiran 12. Uji Hipotesis	104
Lampiran 13. Tabel R.....	105



Intelligentia - Dignitas