

SKRIPSI SARJANA TERAPAN
PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
PERILAKU PEMAKAIAN KOSMETIK BRAND X (STUDI
MAHASISWA KOSMETIKA DAN PERAWATAN
KECANTIKAN ANGKATAN 2022 DAN 2023)



SALSABILA ANANDA PUTRI
1510521024

PROGRAM STUDI
D4 KOSMETIKA DAN PERAWATAN KECANTIKAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2026

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN

Judul : Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Pemakaian Kosmetik Somethinc (Studi Mahasiswa Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Angkatan 2022 dan 2023)
Penyusun : Salsabila Ananda Putri
NIM : 1510521024
Tanggal Ujian : 09 Januari 2026

Disetujui oleh:

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum

NIP. 197203202005012001

Dra. Lilis Jubaidah, M.Kes

NIP. 196709291993032001

Pengesahan Panitia Ujian Skripsi Sarjana Terapan :

Ketua Penguji,

Anggota Penguji I,

Anggota Penguji II,

Nurina Ayuningtyas, M.Pd
NIP. 196709291993032001

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

dr. Elvyra Yulia, Sp.Ak
NIP. 196810231998022004

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Sarjana Terapan

Nurina Ayuningtyas, S.Pd, M.Pd.
NIP. 198506162015042001

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi Sarjana Terapan 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 Sarjana Terapan 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, 6 Agustus 2025
Yang membuat pernyataan



Salsabila Ananda Putri
NIM. 1510521024



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET 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 : SALSABILA ANANDA PUTRI

NIM : 1510521024

Fakultas/Prodi : Fakultas Teknik/D4 Kosmetik dan Perawatan Kecantikan

Alamat email : lyviaaanggraeni22@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 MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU
PEMAKAIAN KOSMETIK BRAND X (STUDI MAHASISWA KOSMETIKA DAN
PERAWATAN KECANTIKAN ANGKATAN 2022 DAN 2023)

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, 26 Januari 2026

Penulis

(SALSABILA ANANDA PUTRI)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Pemakaian Kosmetik Somethinc (Studi pada Mahasiswa D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Angkatan 2022 dan 2023)” dengan sebaik-baiknya.

Dalam proses penyusunannya, penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan, dukungan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Neneng Siti Silfi Ambarwati, S.Si, Apt, M.Si, selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta
2. Ibu Nurina Ayuningtyas, M.Pd selaku ketua Program Studi Kosmetika dan Perawatan Kecantikan yang telah memberikan pengaruh positif terhadap mahasiswa dan juga arahnya sehingga laporan ini dapat terselesaikan.
3. Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum sebagai dosen pembimbing pertama yang telah banyak memberikan arahan dalam terlaksananya penelitian ini dan membimbing peneliti dalam penulisan skripsi.
4. Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes sebagai dosen pembimbing kedua yang telah banyak memberikan arahan dalam terlaksananya penelitian ini dan membimbing peneliti dalam penulisan skripsi.
5. Superhero dan panutan, ayahanda dan Ibunda tercinta Ir. Budhi Marjadi, S.T., M.M dan Ibu Novembi Wigati Ariyani, S.T, terima kasih atas setiap cucuran keringat dan kerja keras yang engkau tukarkan menjadi sebuah nafkah demi anakmu bisa sampai ke tahap ini, demi anakmu dapat mencapai pendidikan ke tingkat ini, meskipun penulis bukan anak kandungnya tetapi tidak membedakan dengan yang lainnya, dan terima kasih atas semua motivasi, pembelajaran, serta rasa tanggung jawab yang telah berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan karya tulis yang sederhana ini. Doa dan perhatian menjadi kekuatan utama dalam setiap langkah penulis hingga saat ini.
6. Teristimewa untuk pria cinta pertama dalam hidup yang kini telah beristirahat di surga Bapak Alm. Sindu Yuwantoro, yang penulis panggil “Papa” sosok yang sangat penulis rindukan, kini anakmu telah tumbuh dewasa. Mungkin langkah ini tak sempat Papa saksikan secara langsung, namun setiap pencapaian ini tak pernah lepas dari jejak doa dan kasihmu yang tertanam kuat sejak awal kehidupan penulis. Meskipun kehadiranmu singkat di dunia ini, penulis yakin, semangat dan cintamu tetap hidup, menyatu dalam langkah dan doa yang mengiringi penulis setiap hari. Penulis percaya, meski tak terlihat Papa selalu ada di sisi penulis. Kepada Mama terkasih Ibu Cherly Febriana Wonte atas doa dan perhatian yang selalu hadir meskipun tidak tinggal bersama sedari penulis kecil. Kasih dan dukungan Mama menjadi pengingat agar penulis terus berjuang mencapai cita-cita.
7. Kepada Tante dan Om tersayang, Ibu Anggi Linggayanti dan Bapak Munasir yang telah turut serta dalam proses penyusunan Skripsi ini. Terima kasih sudah membantu dan memberikan semangat yang selalu diberikan untuk penulis.
8. Kepada saudara tersayang, Neila, Naura, Neina, Ninno, Azzam, dan Rasyid yang telah turut serta dalam proses penyusunan Skripsi ini. Terima kasih sudah membantu dan memberikan semangat yang selalu diberikan untuk penulis.

9. Terima kasih penulis sampaikan kepada sahabat sekaligus penulis anggap sebagai saudara Rifka Zaiwina Tambunan, yang sedia mendengarkan keluh kesah, memberi dukungan dan senantiasa sabar menghadapi penulis. Terima kasih telah menemani perjalanan dari awal masuk hingga penyusunan skripsi ini. Semoga kita selalu bersama-sama hingga mempunyai anak dan cucu.
10. Terakhir, terima kasih kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah banyak membantu memberikan pemikiran semi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Terima kasih kepada semua pihak yang selalu memberikan bantuannya, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan yang telah diberikan. Semoga Karya Tulis Ilmiah ini dapat menambahkan wawasan dan bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Jakarta, 10 November 2025

Penulis
Salsabila Ananda Putri



**PENGARUH MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU
PEMAKAIAN KOSMETIK BRAND X (STUDI MAHASISWA
KOSMETIKA DAN PERAWATAN KECANTIKAN ANGKATAN 2022
DAN 2023)**

Salsabila Ananda Putri

**Sarjana Terapan Kosmetik dan Perawatan Kecantikan, Fakultas Teknik
Universitas Negeri Jakarta 2025**

**Dosen Pembimbing: Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum, dan Dra. Lilis
Jubaedah, M.Kes**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial TikTok terhadap perilaku pemakaian kosmetik Somethinc pada mahasiswa D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Universitas Negeri Jakarta angkatan 2022 dan 2023. Fenomena meningkatnya penggunaan TikTok di kalangan generasi muda menjadikannya sarana utama dalam penyebaran informasi, edukasi kecantikan, serta pembentukan perilaku konsumtif. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain *cross-sectional*. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner daring berskala Likert (1–5) terhadap 93 responden, dan analisis data menggunakan regresi linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara paparan media sosial TikTok dan perilaku pemakaian kosmetik Somethinc, dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dimensi frekuensi akses, durasi penggunaan, TikTok sebagai sumber pengetahuan, interaksi dengan konten Somethinc, dan kepercayaan terhadap informasi kecantikan secara bersama-sama berkontribusi terhadap pembentukan perilaku pemakaian yang mencakup pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan evaluasi pasca pembelian. Temuan ini menegaskan bahwa konten edukatif, kredibilitas kreator, serta interaktivitas platform TikTok berperan penting dalam meningkatkan literasi kosmetik dan loyalitas terhadap merek lokal. Secara teoretis, penelitian ini memperkuat relevansi *Uses and Gratifications Theory*, *Social Learning Theory*, dan *Theory of Planned Behavior* dalam menjelaskan perilaku konsumtif generasi digital. TikTok terbukti bukan hanya media hiburan, tetapi juga media edukasi yang mampu membentuk perilaku pemakaian kosmetik yang lebih sadar, kritis, dan berkelanjutan.

Kata kunci : TikTok, Somethinc, perilaku pemakaian kosmetik, mahasiswa kecantikan, konten edukatif.

***THE INFLUENCE OF TIKTOK SOCIAL MEDIA ON THE COSMETIC
USAGE BEHAVIOR OF BRAND X (A STUDY ON BEAUTY AND
COSMETIC CARE STUDENTS, CLASS OF 2022 AND 2023)***

Salsabila Ananda Putri

***Applied Science Cosmetics and Beauty Care, Faculty of Engineering,
University Of Jakarta 2025***

Lecturer: Dr. Jenny Sista Siregar, M.Hum, dan Dra. Lilis Jubaedah, M.Kes

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of TikTok social media on the cosmetic usage behavior of Somethinc among undergraduate students of the D4 Cosmetology and Beauty Care Program at Universitas Negeri Jakarta, classes of 2022 and 2023. The increasing use of TikTok among young generations has transformed it into a major platform for disseminating beauty information, education, and shaping consumer behavior. This research employed a quantitative approach with a cross-sectional design. Data were collected through an online Likert-scale (1–5) questionnaire from 93 respondents, and analyzed using simple linear regression with SPSS version 26. The findings revealed a significant influence between TikTok exposure and cosmetic usage behavior, with a significance value of $0.000 < 0.05$. Dimensions of TikTok exposure frequency of access, duration of use, TikTok as a knowledge source, interaction with Somethinc content, and trust in beauty information—collectively contributed to the formation of usage behavior, which includes need recognition, information search, alternative evaluation, purchase, and post-purchase evaluation. The results indicate that educational content, creator credibility, and TikTok's interactivity play crucial roles in enhancing cosmetic literacy and loyalty toward local brands. Theoretically, this research reinforces the relevance of the Uses and Gratifications Theory, Social Learning Theory, and Theory of Planned Behavior in explaining digital consumer behavior. TikTok is proven not only as an entertainment platform but also as an educational medium capable of shaping more conscious, critical, and sustainable cosmetic usage behavior.

Keywords : TikTok, Somethinc, cosmetic usage behavior, beauty students, educational content.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI SARJANA TERAPAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Batasan Masalah.....	9
1.6 Manfaat Masalah.....	10
BAB II KAJIAN TEORITIK.....	11
2.1 Deskripsi Konseptual	11
2.1.1 Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Pemakaian Kosmetik Somethinc (Studi Pada Mahasiswa D4 Kosmetika dan Perawatan Kecantikan Angkatan 2022 dan 2023).....	11
2.1.1.1 Hakikat Pengaruh	11
2.1.1.2 Media Sosial.....	12
2.1.1.3 Tiktok	13
2.1.1.4 Perilaku Konsumen dalam Pemakaian Kosmetik	17
2.1.1.5 Kosmetik Somethinc	19
2.1.1.6 Pengaruh Tiktok pada Penampilan Wanita Usia 20an.....	21
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	23
2.3 Kerangka Teoritik	25
2.4 Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN	29
3.1 Tujuan Penelitian	29
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	29
3.3 Metode Penelitian.....	30
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian	30
3.5 Pengumpulan Data	31
3.5.1 Instrumen Variabel	31
3.5.1.1 Definisi Konseptual.....	31
3.5.1.2 Definisi Operasional.....	32
3.5.1.3 Kisi-kisi Instrumen.....	34
3.5.1.4 Jenis Instrumen	40
3.5.1.5 Pengujian Validitas dan Penghitungan Reliabilitas	41
3.6 Uji Asumsi Klasik.....	47

3.6.1 Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	47
3.6.2 Regresi Linear Sederhana	47
3.6.3 Uji Heteroskedastisitas	47
3.7 Metode Analisis Data	48
3.7.1 Regresi Linear Sederhana	48
3.7.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	48
3.7.3 Uji T.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Hasil Penelitian	50
4.1.1 Deskripsi Data.....	50
4.1.2 Gambaran Umum Responden.....	50
4.1.3 Deskripsi Variabel Penelitian	51
4.1.3.1 Data Media Sosial Tiktok	51
4.1.3.1.1 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Frekuensi	55
4.1.3.1.2 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Durasi	55
4.1.3.1.3 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Pengetahuan	56
4.1.3.1.4 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Interaksi	56
4.1.3.1.5 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Kepercayaan	57
4.1.3.2 Data Pemakaian Kosmetik Somethinc.....	57
4.1.3.2.1 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Pengenalan Kebutuhan	60
4.1.3.2.2 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Pencarian Informasi	61
4.1.3.2.3 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Evaluasi Alternatif	61
4.1.3.2.4 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Pembelian ..	62
4.1.3.2.5 Karakteristik Deskriptif Berdasarkan Indikator Evaluasi Pasca Pembelian.....	62
4.1.4 Uji Instrumental	63
4.1.4.1 Uji Validasi	63
4.1.4.2 Uji Reabilitas.....	65
4.1.5 Regresi Linear Sederhana	66
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	66
4.1.5.2 Uji Linieritas	67
4.1.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	68
4.1.5.4 Analisis Regresi Linear Sederhana	68
4.1.5.5 Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.1.5.6 Uji T	70
4.2 Pembahasan.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	82
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	100

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Karakteristik TikTok dan Relevansinya terhadap Mahasiswa Kecantikan	16
Tabel 2. 2 Profil dan Nilai Inti Kosmetik Somethinc.....	20
Tabel 2. 3 Dimensi Pengaruh TikTok pada Penampilan Mahasiswi D4 Kosmetika UNJ	23
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen Variabel.....	34
Tabel 3. 3 Pengujian Validasi Variabel Media Sosial Tiktok (X)	41
Tabel 3. 4 Pengujian Validasi Variabel Perilaku Pemakaian Kosmetik Somethinc	44
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	51
Tabel 4. 3 Data Media Sosial Tiktok	51
Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi dari Sebaran Uji Deskriptif Data	52
Tabel 4. 5 Data Perilaku Pemakaian Kosmetik Somethinc.....	58
Tabel 4. 6 Distribusi Frekuensi dari Sebaran Hasil Uji Analisis Deskriptif	58
Tabel 4. 7 Uji Validitas	63
Tabel 4. 8 Uji Validitas	64
Tabel 4. 9 Hasil uji reabilitas	65
Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 11 Hasil Uji Linieritas.....	67
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	68
Tabel 4. 14 Hasil Persamaan Regresi Linear Sederhana.....	69
Tabel 4. 15 Hasil Koefisien Determinasi	70
Tabel 4. 16 Hasil Uji T.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna Tiktok di Indonesia 2019-2024 (DataReportal)....	1
Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Teoritik	28
Gambar 4. 1 Media Sosial Tiktok	54
Gambar 4. 2 Data Indikator Frekuensi	55
Gambar 4. 3 Data Indikator Durasi	55
Gambar 4. 4 Data Indikator Pengetahuan	56
Gambar 4. 5 Data Indikator Interaksi.....	56
Gambar 4. 6 Data Indikator Kepercayaan.....	57
Gambar 4. 7 Perilaku Pemakaian Kosmetik Somethinc	60
Gambar 4. 8 Data Indikator Pengenalan Kebutuhan.....	60
Gambar 4. 9 Data Indikator Pencarian Informasi	61
Gambar 4. 10 Data Indikator Evaluasi Alternatif	61
Gambar 4. 11 Data Indikator Pembelian.....	62
Gambar 4. 12 Data Evaluasi Pasca Pembelian.....	62

