

**MODEL KAUSALITAS *PURCHASE INTENTION* ONLINE
PRODUK X: *SOCIAL MEDIA MARKETING, ONLINE REVIEW,*
PRICE DISCOUNT DAN HALAL *COSMETHIC***

Siti Holipah

1710622022



Intelligentia - Dignitas

Skripsi ini Disusun sebagai salah satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Bisnis Digital pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri
Jakarta

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

**CAUSALITY MODEL OF ONLINE PURCHASE INTENTION
FOR PRODUCT X: SOCIAL MEDIA MARKETING, ONLINE
REVIEW, PRICE DISCOUNT AND HALAL COSMETICS**

Siti Holipah

1710622022

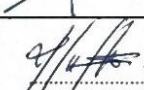
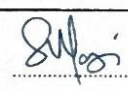
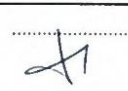


This thesis is written as one of the requirements for obtaining a Bachelor's Degree
in Digital Business from the Faculty of Economics and Business, Jakarta State
University.

**DIGITAL BUSINESS STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
JAKARTA STATE UNIVERSITY**

2026

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M. NIP. 197706272006041001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Prof. Dr. Corry Yohana, M.M. NIP. 195909181985032011 (Ketua)		23/01/2026
2	Fauzan Fadlullah, S.Ak.M. Kom NIP. 199705232024061001 (Penguji 1)		23/01/2026
3	Ringga Setangi Asa, S.Pd., M.Kom NIP. 198904142024061001 (Penguji 2)		23/01/2026
4	Dr. Ryna Parlyna, M.B.A NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 1)		23/01/2026
5	Fildzah Shabrina, S.Pd, M.Kom. NIP. 199409272024062001 (Pembimbing 2)		23/01/2026
Nama : Siti Holipah No. Registrasi : 1710622022 Program Studi : S1 Bisnis Digital Tanggal Lulus : 20 Januari 2026			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
 - dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan Karya asli dan belum pernah diajukan guna memperoleh 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 dikemudian 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 Februari 2026

Yang membuat pernyataan



Siti Holipah

LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

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 : Siti Holipah
NIM : 1710622022
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis / SI Bisnis Digital
Alamat email : sholipah484@gmail.com

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

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

yang berjudul :

Model Kausalitas *Purchase Intention* Online Produk X: *Social Media Marketing, Online Review, Price Discount* Dan *Halal Cosmethic*

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan 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, 23 Januari 2026
Penulis

(Siti Holipah)

ABSTRAK

Siti Holipah, Model Kausalitas Purchase Intention Online Produk X: Social Media Marketing, Online Review, Price Discount dan Halal Cosmethic, Thesis, Jakarta, of Economic and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini dilakukan untuk mengkaji hubungan kausal antara *social media marketing*, *online review*, *price discount*, serta *halal cosmethic* terhadap *purchase intention* konsumen pada produk *skincare* X di lingkungan digital. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan metode *Partial Least Square* pendekatan *Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) yang dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS. Responden penelitian berjumlah 170 orang dari kelompok usia 18–28 tahun yang aktif mengakses informasi produk *skincare* melalui media digital. Pemilihan responden dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, sedangkan instrumen penelitian terdiri dari 17 item pernyataan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa *social media marketing*, *online review*, dan *halal cosmethic* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention*, sementara *price discount* tidak terbukti berpengaruh signifikan. Secara praktis, hasil penelitian ini diimplementasikan melalui pengembangan *prototype* aplikasi *e-commerce skincare* bernama SKINSHOP, yang dirancang sebagai sistem pendukung keputusan untuk membantu konsumen dalam memilih produk *skincare* secara lebih sistematis dan informatif.

Kata Kunci: *social media marketing, online review, price discount, halal cosmethic, purchase intention.*

Intelligentia - Dignitas

ABSTRACT

Siti Holipah, "Causality Model for Online Purchase Intention of Product X: Social Media Marketing, Online Reviews, Price Discounts, and Halal Cosmetics," Thesis, Jakarta, of Economics and Business, Jakarta State University, 2026.

This study was conducted to examine the causal relationship between social media marketing, online reviews, price discounts, and halal cosmetics on consumer purchase intention for skincare product X in the digital environment. The approach used was quantitative, using the Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method, analyzed using SmartPLS software. The study involved 170 respondents aged 18–28 who actively accessed skincare product information through digital media. Respondents were selected using a purposive sampling technique, while the research instrument consisted of 17 statement items. The study findings indicate that social media marketing, online reviews, and halal cosmetics have a positive and significant influence on purchase intention, while price discounts were not shown to have a significant effect. Practically, the results of this research were implemented through the development of a prototype e-commerce skincare application called SKINSHOP, designed as a decision support system to assist consumers in selecting skincare products more systematically and informatively.

Keywords: social media marketing, online review, price discount, halal cosmetics, purchase intention.

Intelligentia - Dignitas

LEMBAR PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan kepercayaan tanpa henti dalam setiap proses yang saya jalani. Kesabaran dan ketulusan mereka menjadi kekuatan utama yang membuat saya mampu bertahan hingga tahap akhir perkuliahan ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan serta bimbingan dengan penuh kesabaran. Setiap masukan dan nasihat yang diberikan sangat berarti dalam membantu saya menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Selain itu, skripsi ini saya persembahkan kepada teman-teman seperjuangan yang selalu hadir memberi semangat, dukungan, dan kebersamaan di tengah berbagai kesulitan. Diskusi, canda, dan saling menguatkan selama proses ini menjadi bagian penting yang tidak terlupakan. Perjalanan penyusunan skripsi ini mengajarkan saya arti ketekunan, tanggung jawab, dan kerja sama. Dengan segala keterbatasan yang ada, dukungan dari berbagai pihak menjadikan proses ini lebih ringan untuk dijalani. Semoga karya ini dapat menjadi bukti dari proses panjang yang telah dilalui bersama dan membawa manfaat di masa depan.

Intelligentia - Dignitas

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “MODEL KAUSALITAS *PURCHASE INTENTION* ONLINE PRODUK X: *SOCIAL MEDIA MARKETING, ONLINE REVIEW, PRICE DISCOUNT, DAN HALAL COSMETHIC*”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Bisnis Digital, Universitas Negeri Jakarta.

Penyusunan skripsi ini merupakan proses panjang yang tidak lepas dari bantuan, arahan, serta dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Mohamad Rizan, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan dukungan penuh selama masa perkuliahan dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk terus berkembang
2. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., sebagai Koordinator Program Studi S1 Bisnis Digital, yang selalu memberikan arahan dan mendukung pengembangan diri mahasiswa selama perkuliahan.
3. Dr. Ryna Parlyna, M.B.A., sebagai dosen pembimbing pertama, yang dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, dan masukan yang sangat berarti dalam proses penyusunan skripsi ini. Setiap ilmu yang diberikan sangat membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Fildzah Shabrina, S.pd., M. Kom., selaku dosen pembimbing kedua, yang telah banyak memberikan pengetahuan, motivasi, serta arahan yang membantu saya dalam mengembangkan penelitian ini dengan lebih baik.
5. Seluruh dosen dan staf Universitas Negeri Jakarta, khususnya Fakultas Ekonomi, yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu selama masa perkuliahan hingga penulis bisa mencapai tahap akhir pendidikan ini.
6. Keluarga tercinta, terutama Bapak, Ibu dan Adik penulis, yang selalu memberi dukungan moral dan material yang tidak terhingga. Kehadiran

mereka memberikan kekuatan dan semangat untuk terus berjuang menyelesaikan pendidikan ini.

7. Sahabat penulis sejak SMP, Siti Latifah Aulia dan Albaninesda Nur Aprilia, yang selalu memberikan dukungan, perhatian, dan semangat dalam setiap proses yang penulis jalani. Kebersamaan dan doa yang diberikan menjadi penguat tersendiri hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terima kasih kepada teman-teman seperjuangan yang juga merupakan member grup *WhatsApp DDMU* dan *Goes to Jungle*. Dukungan, kebersamaan, dan semangat kalian telah membuat perjalanan skripsi ini terasa lebih ringan dan bermakna. Semoga kita semua dapat meraih kesuksesan bersama.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis sendiri maupun bagi pihak-pihak yang membutuhkan sebagai referensi di bidang akademik dan praktis.

Jakarta, 2026

Penulis

Siti Holipah

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
LEMBAR PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
LEMBAR PERNYATAAN PUBLIKASI	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	14
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Manfaat Teoritis	15
1.4.2 Manfaat Penelitian	16
BAB II KAJIAN PUSTAKA	18
2.1 Kerangka Teoritik	18
2.1.1 <i>Theory of Planned Behavior</i>	18
2.1.2 <i>Purchase Intention</i>	20
2.1.3 <i>Social Media Marketing</i>	24
2.1.4 <i>Online review</i>	28
2.1.5 <i>Price discount</i>	31
2.1.6 <i>Halal Cosmethic</i>	34
2.2 Kerangka Teori dan Pengembangan Hipotesis	36
2.2.1 Penelitian Terdahulu	37
2.2.2 Pengembangan Hipotesis	44

2.2.2.1	Pengaruh <i>Social Media Marketing</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> .	45
2.2.2.2	Pengaruh <i>Online review</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	46
2.2.2.3	Pengaruh <i>Price discount</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	46
2.2.2.4	Pengaruh Halal <i>Cosmethic</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	47
2.2.3	Kerangka Penelitian dan Hipotesis	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		50
3.1	Waktu dan Tempat Penelitian	50
3.1.1	Waktu	50
3.1.2	Tempat.....	50
3.2	Desain Penelitian.....	51
3.3	Populasi dan Sampel	51
3.3.1	Populasi	51
3.3.2	Sampel.....	51
3.4	Pengembangan Instrumen	52
3.4.1	<i>Purchase Intention</i> (Y).....	53
3.4.2	<i>Social Media Marketing</i> (X1)	55
3.4.3	<i>Online review</i> (X2).....	56
3.4.4	<i>Price discount</i> (X3).....	58
3.4.5	Halal <i>Cosmethic</i> (X4).....	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data	60
3.5.1	Data Primer	60
3.5.2	Data Sekunder	61
3.6	Teknik Analisis Data.....	62
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Deskripsi Data	65
4.1.1	Profil Responden.....	65
4.2	Deskripsi Statistik Variabel.....	67
4.2.1	<i>Purchase Intention</i>	68
4.2.2	<i>Social Media Marketing</i>	69
4.2.3	<i>Online review</i>	71
4.2.4	<i>Price discount</i>	73

4.2.5	<i>Halal Cosmethic</i>	75
4.3	Hasil	76
4.3.1	<i>Uji Model Pengukuran (Outer Model)</i>	77
4.3.2	<i>Uji Model Struktural (Inner Model)</i>	82
4.3.3	<i>Uji Hipotesis</i>	86
4.4	Pembahasan.....	89
4.4.1	Pengaruh Social Media Marketing terhadap Purchase Intention Produk Skincare X	89
4.4.2	Pengaruh Online review terhadap Purchase Intention Produk Skincare X 90	
4.4.3	Pengaruh Price discount terhadap Purchase Intention Produk Skincare X 91	
4.4.4	Pengaruh Halal Cosmethic terhadap Purchase Intention Produk Skincare X	91
4.5	Implementasi Hasil Penelitian dalam Bentuk Prototype.....	92
4.5.1	<i>Penjelasan Konsep Aplikasi</i>	92
4.5.2	Alur Penggunaan Aplikasi SKINSHOP	94
BAB V	KESIMPULAN	100
5.1	Kesimpulan	100
5.2	Implikasi.....	102
5.2.1	Implikasi Teoritis.....	102
5.2.1	Implikasi Praktis.....	103
5.3	Keterbatasan Penelitian.....	104
5.4	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	105
DAFTAR PUSTAKA		107
LAMPIRAN	<i>Intelligentia – Dignitas</i>	119

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Nilai Transaksi <i>E-commerce</i> Indonesia (2024)	2
Gambar 1.2 Jumlah Kunjungan ke situs <i>E-commerce</i> Indonesia (2025)	3
Gambar 1.3 <i>Instagram Advertising Audience Overview</i> Indonesia	3
Gambar 1.4 10 Brand <i>Skincare</i> Lokal Terlaris di <i>E-commerce</i> Indonesi (2025)....	4
Gambar 1.5 Tampilan perbedaan tingkat interaksi pada unggahan Instagram <i>@Xcosmethicofficial</i>	6
Gambar 1.6 Contoh ulasan konsumen di <i>Shopee</i>	8
Gambar 1.7 Perbandingan <i>price discount</i> produk X dan Y di <i>Shopee</i>	9



Intelligentia - Dignitas

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 <i>Purchase Intention</i>	54
Tabel 3.2 <i>Social Media Marketing</i>	56
Tabel 3.3 <i>Online review</i>	57
Tabel 3.4 <i>Price discount</i>	58
Tabel 3.5 Halal <i>Cosmethic</i>	60
Tabel 3.6 <i>Skala Likert</i>	61
Tabel 3.7 <i>Rule of Thumb</i>	64
Tabel 4.1 Profil Responden.....	65
Tabel 4.2 Klasifikasi Tingkat Capaian Responden.....	67
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Purchase Intention</i>	68
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Social Media Marketing</i>	69
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Online review</i>	71
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Price discount</i>	73
Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Variabel Halal <i>Cosmethic</i>	75
Tabel 4.8 Hasil <i>Outer Loading</i>	77
Tabel 4.9 Hasil <i>Cross loading</i>	79
Tabel 4.10 Hasil <i>Construct Reliability</i>	81
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan <i>R-Square</i>	83
Tabel 4.12 Hasil Perhitungan Q^2 (<i>latent variable</i>)	84
Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Hasil Perhitungan Q^2 (<i>Manifest Variable</i>)	84
Tabel 4.14 Hasil <i>Path Coefficient</i>	86

Intelligentia - Dignitas

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Format Kuesioner	119
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Kuesioner	126
Lampiran 3 Persetujuan Dosen Pembimbing	129
Lampiran 4 Kartu Konsultasi Skripsi	130
Lampiran 5 Kartu Perbaikan dan Saran	131
Lampiran 6 Prototype Website	132
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup	133
Lampiran 8 Lembar Persetujuan Setelah Sidang Skripsi	134
Lampiran 9 Hasil Turnitin	135
Lampiran 10 Surat Persetujuan Sidang Skripsi	136
Lampiran 11 Persetujuan Pembimbing Sidang Skripsi	137



Intelligentia - Dignitas