



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat yang dilimpahkannya, kedua orang tua yang telah memberikan segala kasih sayang dan perhatiannya yang begitu besar sehingga penulis merasa terdorong untuk menyelesaikan studi agar dapat mencapai cita-cita dan memenuhi harapan orang tua khususnya dalam penyusunan skripsi ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Analisis review konsumen dan review influencer terhadap keputusan pembelian produk makeup OMG di platform TikTok shop”**

Skripsi ini disusun guna melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan kelulusan studi pada Program Sarjana (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih pada semua pihak materil, khususnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Najamuddin, Lc., M.A., selaku Rektor Universitas Islam Indragiri
2. Bapak Dr. Ahmad Rifai, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
3. Ibu Syafrinadina S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Indragiri.
4. Bapak Yaswar Aprilian, S.E. M.M selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu, memberikan saran-saran serta dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

5. Bapak Bayu Fajar Susanto, S.E. M.M selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu, memberikan saran-saran serta dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Adik dan rang tua saya tercinta bapak Daryanto dan ibu Nova Yulia yang selalu memberikan doa terbaik kepada saya, selalu memberikan nasehat yang mendidik, selalu memberikan motivasi ketika saya sudah mulai merasa gelisah dan sedih. Terima kasih atas semua pengorbanan yang telah diberikan. Semua pengorbanan kalian *insya allah* akan saya balas dengan masa depan yang cerah.
7. Teman-teman seperjuangan serta semua pihak yang telah membantu, mendukung, menemani, dan memberikan semangat kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
8. Dan yang terakhir, untuk diri sendiri. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, sudah mampu menyelesaikan apa yang telah dimulai, serta berani mencoba hal-hal baru. Walaupun dalam prosesnya sering merasa lelah, mengeluh, bahkan ingin menyerah, terima kasih karena tetap kuat dan terus melangkah hingga sampai pada titik ini. Terima kasih sudah tidak menyerah meskipun sering merasa tidak yakin. Mari belajar menghargai dan merayakan diri sendiri atas seluruh perjuangan yang telah berhasil dilewati.

Tembilahan, Juli 2026

Deanova Azzahra Dariratunfuaddah



DAFTAR ISI

ABSTRACT.....	1
ABSTRAK.....	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI.....	11
2.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	27
2.3 Kerangka Pemikiran.....	28
2.4 Hipotesis.....	28
2.5 Variabel Penelitian	30
BAB III METODE PENELITIAN	32
3.1 Obyek dan Waktu Penelitian.....	32
3.2 Jenis dan Sumber Data	33
3.3 Populasi dan Sampel	34
3.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	36
3.6 Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	43
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	43
4.2 Hasil Penelitian	43
4.3 Hasil Pembahasan	59



BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	59
BIODATA SINGKAT PENULIS.....	68



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar jumlah mahasiswa manajemen angkatan 2022 sampai 2025	2
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 2. 2 Konsep Operasional Variabel	29
Tabel 3. 2 Rentang Skala	39
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4. 2 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Riview</i> Konsumen ..	44
Tabel 4. 3 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Review Influencer</i> ...	45
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4. 5 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Convergent Validity</i> Tahap 1	48
Tabel 4. 6 Hasil <i>Outer Loading</i> Uji <i>Convergent Validity</i> Tahap 2	49
Tabel 4. 7 <i>Cross Loading</i>	50
Tabel 4. 8 <i>Composite Reliability</i>	52
Tabel 4. 9 Hasil AVE <i>Convergent Validity</i>	53
Tabel 4. 10 <i>Cronbach Alpha</i>	53
Tabel 4. 11 <i>Variance Inflation Factor</i> (VIF)	57
Tabel 4. 12 Nilai R-Square	58
Tabel 4. 13 Nilai Efek Ukuran (<i>F-Square</i>)	58
Tabel 4. 14 Hasil Uji <i>Path Coefficient</i>	59
Tabel 4. 15 Hasil <i>Goodness Of Fit</i>	59

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Universitas Islam Indragiri

1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang.

Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.

2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.

3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.



1. Dilarang memperbanyak atau mendistribusikan dokumen ini untuk tujuan komersial tanpa izin tertulis dari penulis atau pihak berwenang. Penggunaan untuk kepentingan akademik, penelitian, dan pendidikan diperbolehkan dengan mencantumkan sumber.
2. Penggunaan tanpa izin untuk kepentingan komersial atau pelanggaran hak cipta dapat dikenakan sanksi sesuai dengan UU Hak Cipta di Indonesia. Plagiarisme juga dilarang dan dapat dikenakan sanksi.
3. Universitas hanya berhak menyimpan dan mendistribusikan dokumen ini di repositori akademik, tanpa mengalihkan hak cipta penulis, sesuai dengan peraturan yang berlaku di Indonesia.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 4. 1 <i>Outer Model</i>	47
Gambar 4. 2 <i>Inner Model</i>	54

