

**PENGARUH KREDIBILITAS *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP MINAT
BELI PRODUK *SKINCARE***

(SURVEI PADA PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA SEMARANG TERHADAP
VIDEO *REVIEW* SOME BY MI SNAIL TRUECICA DI *CHANNEL* YOUTUBE
SUHAY SALIM)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu
syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Disusun oleh:

ANATASYA CAROLINA

18.M1.0091

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anatasya Carolina

NIM : 18.M1.0091

Progdi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* (Survei Pada Perempuan Generasi Z di Kota Semarang Terhadap Video *Review* Some By Mi Snail Truecica Di *Channel* Youtube Suhay Salim) tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 10 Mei 2022

Yang menyatakan,



Anatasya Carolina

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi
**PENGARUH KREDIBILITAS *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP MINAT
BELI PRODUK *SKINCARE***


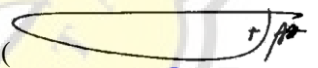

(SURVEI PADA PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA SEMARANG TERHADAP
VIDEO *REVIEW* SOME BY MI SNAIL TRUECICA DI *CHANNEL* YOUTUBE
SUHAY SALIM)

Skripsi ini disusun oleh:

NAMA : ANATASYA CAROLINA
NIM : 18.M1.0091


Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal: 27 April 2022

Dosen Penguji :

1. Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., M.A. ()
2. Yoh. Thianika Budiarsa, S.I.Kom., MGMC. ()
3. B. Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom. ()

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi
Pada tanggal: 10 Mei 2022




Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGARUH KREDIBILITAS *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP MINAT
BELI PRODUK *SKINCARE***

(SURVEI PADA PEREMPUAN GENERASI Z DI KOTA SEMARANG TERHADAP
VIDEO *REVIEW* SOME BY MI SNAIL TRUECICA DI *CHANNEL* YOUTUBE
SUHAY SALIM)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu
syarat untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi

Disusun oleh:

ANATASYA CAROLINA

18.M1.0091

Semarang, 10 Mei 2022

Disetujui oleh:

Dosen Pembimbing Utama



Abraham Wahyu Nugroho, S.I.kom., MA

NPP. 058.1.2016.305

Dosen Pembimbing Pendamping



Yoh. Thianika Budiarsa, S.I.Kom., MGMC

NPP.

HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anatasya Carolina
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Ilmiah

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Noneksklusif atas karya ilmiah yang berjudul **Pengaruh Kredibilitas *Beauty Vlogger* Terhadap Minat Beli Produk *Skincare* (Survei Pada Perempuan Generasi Z di Kota Semarang Terhadap Video *Review Some By Mi Snail Truecica Di Channel Youtube Suhay Salim*)**” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir ini selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis / pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 10 Mei 2022

Yang menyatakan



Anatasya Carolina

EFFECT OF BEAUTY VLOGGER ON INTEREST TO BUY SKINCARE

Survey On Generation Z Women In Semarang City Towards Video Review Some By Mi Snail Truecica On Channel Suhay Salim Youtube

Anatasya Carolina

Soegijapranata Catholic University

Semarang

Abstract

This study aims to determine the effect of beauty vlogger credibility on interest in buying skincare products, using a survey method on Generation Z women in Semarang City on the video review Some By Mi Snail Truecica on Suhay Salim's YouTube channel. This analysis uses the independent variable, namely the credibility of the beauty vlogger which consists of 3 indicators of expertise, attractiveness, trustworthiness and the dependent variable is buying interest which consists of 4 transactional indicators Referential, preferential and explorative. The sampling technique in this study used purposive sampling and obtained a sample of 100 female respondents of generation Z with an age range of 15-24 years in Semarang city. The data used in this study is primary data obtained from distributing questionnaires to respondents. The author uses the correlation coefficient test, with the results of a significance value of $0.000 < 0.05$ which states that the two variables have a relationship. The author also uses a simple linear regression model with the results of the equation $Y = 1.922 + 0.333 X$ with a significance value of $0.000 < 0.05$. Hypothesis testing using t statistical test, which has the result $T_{count} 6305 > T_{table} 1.661$. The final result of this study shows that the credibility of beauty vlogger Suhay Salim has succeeded in influencing and increasing consumer buying interest and sales of Some By Mi Snail Truecica skincare products.

Keywords: credibility, beauty vlogger, buying interest, consumer, beauty product

**PENGARUH KREDIBILITAS *BEAUTY VLOGGER* TERHADAP MINAT BELI PRODUK
*SKINCARE***

Survei Pada Perempuan Generasi Z di Kota Semarang Terhadap Video *Review* Some By
Mi Snail Truecica di *Channel* Youtube Suhay Salim

Anatasya Carolina

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kredibilitas *beauty vlogger* terhadap minat beli produk *skincare*, dengan menggunakan metode survei pada perempuan generasi Z di Kota Semarang terhadap video revidu Some By Mi Snail Truecica di *channel* YouTube Suhay Salim. Analisis ini menggunakan variabel independen yaitu kredibilitas *beauty vlogger* yang terdiri dari 3 indikator keahlian, daya tarik, kepercayaan dan variabel dependen-nya adalah minat beli yang terdiri dari 4 indikator transaksional Referensial, preferensial dan eksploratif. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan diperoleh sampel sebanyak 100 responden perempuan generasi Z dengan range umur 15-24 tahun di kota Semarang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada responden. Penulis menggunakan uji koefisien korelasi, dengan hasil nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$ yang menyatakan dua variabel memiliki hubungan. Penulis juga menggunakan model regresi linier sederhana dengan hasil persamaan $Y = 1,922 + 0,333 X$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Uji hipotesis menggunakan uji statistik t, yang memiliki hasil $T_{hitung} 6,305 > T_{tabel} 1,661$. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan bahwa kredibilitas *beauty vlogger* Suhay Salim berhasil mempengaruhi dan meningkatkan rasa minat beli konsumen dan penjualan produk *skincare* Some By Mi Snail Truecica.

Kata Kunci: kredibilitas, *beauty vlogger*, minat beli, konsumen, produk kecantikan.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah membimbing serta memberi Berkat-Nya dari awal penulisan sampai penulis dapat menyelesaikan Laporan Akhir Kuliah ini yang berjudul Pengaruh Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Produk Skincare (Survei Pada Perempuan Generasi Z di Kota Semarang Terhadap Video *Review* Some By Mi Snail Truecica di *Channel* Youtube Suhay Salim) dengan baik. Laporan ini merupakan salah satu bentuk tanggung jawab penulis selama masa perkuliahannya, serta untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum Dan Komunikasi, Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Laporan Akhir Kuliah ini telah penulis susun dengan selengkap-lengkapannya, agar laporan ini dapat bermanfaat dalam menambah ilmu pengetahuan, khususnya mahasiswa ilmu komunikasi. Dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis masih menemukan hambatan serta kendala dalam proses penyusunan skripsi. Namun atas usaha, semangat, doa bimbingan serta dukungan yang penulis terima dari orang-orang sekitar, akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan ini dengan baik. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang telah membimbing dan memberi berkat-Nya kepada penulis sampai sekarang ini.
2. Kedua orang tua tercinta Papa Umar Dani dan Mama Lu Ani, terima kasih sudah selalu memberi dukungan, doa, semangat, motivasi, serta

biaya kuliah yang sudah diberikan kepada penulis selama ini untuk mencapai gelar sarjana Ilmu Komunikasi

3. Ketiga saudara kandung tersayang, Cici Noviani, Koko Rio Yohanes dan Koko Steven Yohanes. yang selalu mendoakan, menyemangati, membimbing memberikan dukungan dan kepercayaan penuh pada penulis dari awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan kegiatan perkuliahan.
4. Bapak Abraham Wahyu Nugroho, S.I.Kom., MA, selaku dosen pembimbing pertama yang dengan sabar membimbing dan memberikan segala arahan, masukan, motivasi dan pengetahuan dari awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan laporan ini dengan maksimal.
5. Bapak Yoh. Thianika Budiarsa, S.I.Kom., MGMC, selaku dosen pembimbing kedua yang dengan sabar membimbing dan memberikan segala arahan, masukan, motivasi dan pengetahuan dari awal perkuliahan hingga dapat menyelesaikan laporan ini dengan maksimal.
6. Seluruh Dosen dan staf Fakultas Hukum dan Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata, yang sudah mendukung penulis dari awal perkuliahan sampai dapat menyelesaikan perkuliahan ini.
7. Perempuan-perempuan cantik di Kota Semarang yang telah bersedia untuk mengisi kuesioner penelitian ini, terutama untuk Agnes, Rara, Vyra, Oliv, Vania, Githa, Wina, Enjang, Widya, Lisa, Ci Sisca, Ci Novi, yang sudah mau membantu penulis dalam menyebarkan kuesioner ini, sehingga penulis dapat cepat memenuhi target responden.

8. Sahabat-sahabat dan orang terdekat selama kuliah dari awal masuk Putri Tiara Sari, Sylvia Vyra, Maura Geraldhine, Vania Clarissa, Maria Githa, yang sudah menemani masa-masa kuliah, memberikan *support*, bantuan dan menyemangati peneliti sehingga dapat menuntaskan perkuliahan.
9. Helena Agnes Rahangiar, sahabat yang berperan penting bagi penulis selama masa penyusunan dan penulisan skripsi, yang selalu memberikan saran, dukungan, bertukar pikiran, menghibur, membantu dan menemani dikala menghadapi masalah dalam menyusun skripsi.
10. Sahabat-sahabat peneliti yang terpisah oleh jarak dan waktu yang selalu memberikan *support* dan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dan pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang sudah ikut serta secara mendukung dan membantu peneliti dalam menyelesaikan kegiatan perkuliahan.

Penulis menyadari Laporan Akhir Kuliah ini masih memiliki kekurangan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang dapat membangun agar kedepannya dapat lebih baik lagi. Semoga laporan Akhir Kuliah ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi pembaca.

Weleri, 12 Maret 2022

Penulis,



Anatasya Carolina

MOTTO

“Miserando atque eligendo”

(Yang Tidak Terpandang Namun Dipilih)

1 Korintus 1:28 ~ Paus Fransiskus

“Ketika Hidup Memberikan Seribu Alasan Untuk Menyerah, Tuhan Akan
Memberikan Seribu Lebih Alasan Untuk Tidak Akan Menyerah”

“Jika Tidak Cukup Dibaca 10 Kali,
Maka Bacalah 100 Kali”

“Pahami Apa Yang Salah dan Jangan Mencoba Membenarkannya
Salah Adalah Salah. Tidak Lebih dan Tidak Kurang”

DAFTAR ISI

Abstract	vi
KATA PENGANTAR	viii
MOTTO	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR DIAGRAM	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademik	10
1.4.2 Manfaat Praktis	10
1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian	10
1.5.1 Lokasi Penelitian	10
1.5.2 Tatakala Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir	11
1.6.1 BAB I Pendahuluan:	11
1.6.2 BAB II Tinjauan Pustaka	12
1.6.3 BAB III Metode Penelitian	12
1.6.4 BAB IV Hasil dan Pembahasan	12
1.6.5 BAB V Penutup	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Landasan Teori	14
2.1.1 <i>Celebrity Endorse</i>	14

2.1.2	<i>Beauty Vlogger sebagai Celebrity Endorser</i>	15
2.1.3	Kredibilitas.....	16
2.1.4	Minat Beli	18
2.2	Penelitian Terdahulu	20
2.2.1	Penelitian pertama	20
2.2.2	Penelitian kedua.....	21
2.2.3	Penelitian ketiga	22
2.3	Kerangka Berpikir	23
2.4	Hipotesis Penelitian	23
BAB III	24
METODE PENELITIAN	24
3.1	Jenis penelitian	24
3.2	Subjek dan Objek Penelitian	24
3.2.1	Subjek penelitian	24
3.2.2	Objek Penelitian	25
3.3	Sumber Data	25
3.4	Populasi dan Sampel	26
3.4.1	Populasi Penelitian	26
3.4.2	Sampel Penelitian	26
3.5	Operasionalisasi Konsep.....	29
3.5.1	Variabel Penelitian	29
3.5.2	Definisi Konsep	31
3.5.3	Definisi Operasional.....	33
3.6	Teknik Pengumpulan Data	35
3.7	Teknik Instrumen Penelitian.....	36
3.7.1	Uji Validitas	37
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	38
3.8	Analisis Data	39
3.8.1	Analisis Deskriptif Variabel	39
3.8.2	Uji Normalitas Data.....	40
3.8.3	Uji Koefisien Korelasi.....	41
3.8.4	Uji Regresi Linear Sederhana	42

3.8.5	Uji Hipotesis (Uji t).....	44
BAB IV	46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
4.1	Gambaran Umum.....	46
4.1.1	Kredibilitas <i>Beauty Vlogger</i> Suhay Salim	46
4.1.2	Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum.....	49
4.2	Uji Instrumen Penelitian.....	51
4.2.1	Hasil Uji Validitas	52
4.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	54
4.3	Analisis Data	56
4.3.1	Analisis Deskriptif Variabel	56
4.3.2	Uji Normalitas data	75
4.3.3	Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	75
4.3.4	Uji Regresi Linier Sederhana.....	77
4.3.5	Hasil Uji hipotesis (Uji t).....	78
4.4	Pembahasan.....	80
BAB V	84
PENUTUP	84
5.1	Kesimpulan.....	84
5.2	Saran	85
5.2.1	Bagi Perusahaan/instansi	85
5.2.2	Bagi Penelitian Selanjutnya	86
Daftar Pustaka	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah <i>Subscriber</i> Dan <i>Viewers</i> Beberapa <i>Beauty Vlogger</i> Indonesia...7	
Tabel 1. 2 Tatakala Penelitian..... 11	
Tabel 3. 1 Skala <i>Likert</i>36	
Tabel 3. 2 Nilai Koefisien Korelasi.....42	
Tabel 4. 1 Penjelasan Video <i>Beauty Vlogger</i> Suhay Salim.....46	
Tabel 4. 2 Uji Validitas Variabel Kredibilitas <i>Beauty Vlogger</i>53	
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Minat Beli..... 54	
Tabel 4. 4 Variabel Kredibilitas <i>Beauty Vlogger</i>54	
Tabel 4. 5 Variabel Minat Beli.....55	
Tabel 4. 6 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test..... 75	
Tabel 4. 7 Hasil Koefisien Korelasi..... 76	
Tabel 4. 8 Coefficients ^a 77	
Tabel 4. 9 ANOVA ^b78	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase Pengguna Aplikasi Media Sosial Di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Pangsa Pasar Pengguna Skincare Korea Selatan.....	5
Gambar 1. 3 Persentase Brand Skincare Favorit Wanita Indonesia.....	6
Gambar 1. 4 Video Review Suhay Salim, Produk Some By Mi Snail Truecica....	7
Gambar 1. 5 Video Review Cut Rizki, Produk Some By Mi Snail Truecica.....	7
Gambar 1. 6 Video Review Jiglyciouss, Produk Some By Mi Snail Truecica.....	7
Gambar 1. 7 Video Review Rachel Goddard, Produk Some By Mi Snail Truecica7	
Gambar 1. 8 Panutan Di Bidang Kecantikan.....	9
Gambar 3. 1 Jumlah Penduduk Kota Semarang.....	28
Gambar 4. 1 Kredibilitas Beauty Vlogger Suhay Salim	46
Gambar 4. 2 Kredibilitas Beauty Vlogger Suhay Salim	47
Gambar 4. 3 Kredibilitas Beauty Vlogger Suhay Salim	47
Gambar 4. 4 Kredibilitas Beauty Vlogger Suhay Salim	47
Gambar 4. 5 Kredibilitas Beauty Vlogger Suhay Salim	48
Gambar 4. 6 Kredibilitas Beauty Vlogger Suhay Salim	48
Gambar 4. 7 Kredibilitas Beauty Vlogger Suhay Salim	48
Gambar 4. 8 Kredibilitas Beauty Vlogger Suhay Salim	49
Gambar 4. 9 Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum.....	49
Gambar 4.10 Nilai Modus Analisis Deskriptif Dua Variabel.....	74

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 4. 1 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Expertise/ Keahlian</i>	56
Diagram 4. 2 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Expertise/ Keahlian</i>	57
Diagram 4. 3 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Expertise/ Keahlian</i>	58
Diagram 4. 4 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Expertise/ Keahlian</i>	59
Diagram 4. 5 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Expertise/ Keahlian</i>	60
Diagram 4. 6 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Physical Attractiveness/ Daya Tarik</i>	61
Diagram 4. 7 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Physical Attractiveness/ Daya Tarik</i>	62
Diagram 4. 8 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Physical Attractiveness/ Daya Tarik</i>	63
Diagram 4. 9 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Physical Attractiveness/ Daya Tarik</i>	64
Diagram 4. 10 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Trustworthiness/ Kepercayaan</i>	65
Diagram 4. 11 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Trustworthiness/ Kepercayaan</i>	66
Diagram 4. 12 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Trustworthiness/ Kepercayaan</i>	67
Diagram 4. 13 Hasil Jawaban Responden tentang <i>Trustworthiness/ Kepercayaan</i>	68

Diagram 4. 14 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli.....	69
Diagram 4. 15 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli.....	70
Diagram 4. 16 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli.....	71
Diagram 4. 17 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli.....	72
Diagram 4. 18 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli.....	73



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	91
Lampiran 2 Dokumentasi Penelitian.....	98
Lampiran 3 R Tabel dan T Tabel.....	99
Lampiran 4 Tabel Skor Responden.....	101
Lampiran 5 Hasil Olah Dari SPSS.....	10

