

BAB IV


HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum

4.1.1 Kredibilitas *Beauty Vlogger* Suhay Salim

Suhay Salim merupakan seorang *beauty vlogger* yang lahir di Jeddah, Arab Saudi pada tanggal 12 Oktober 1987. Suhay Salim mulai aktif mengunggah konten kecantikan baik *make up* maupun *skincare*, sejak tahun 2015 lalu. Saat ini Suhay Salim sudah memiliki *subscriber* YouTube 1,54 juta dan mengunggah 358 video dengan total *views* 149,847,995.

Tabel 4. 1 Penjelasan video *beauty vlogger* Suhay Salim

Gambar	Analisis
 <p data-bbox="555 1603 715 1637">Gambar 4. 1</p>	<p>Pada detik pertama <i>opening</i> video ini, Suhay Salim tampil dengan ekspresi wajah tersenyum disertai melambaikan tangan untuk menyapa para audiens dengan mengucapkan “<i>Hello Welcome Back to my Channel</i>”</p>



Gambar 4. 2

Selanjutnya Suhay Salim menjelaskan bahwa ia akan melakukan *review* sebuah produk baru dari *brand* kesukaannya yaitu Some By Mi Snail Truecica, dan disini Suhay Salim juga menjelaskan bahwa ia sudah mencoba produk ini sekitar dua bulan.



Gambar 4. 3

Disini terlihat ekspresi Suhay Salim yang menunjukkan bahwa produk Some By Mi Snail Truecica sangat diluar ekspektasi dan membuatnya terheran-heran, karena produk Some By Mi Snail Truecica sangat bagus untuk mengatasi permasalahan di kulit wajahnya.



Gambar 4. 4

Dalam video *review* ini, Suhay Salim juga menunjukkan bukti pemakaian Some By Mi Snail Truecica selama dua bulan ini. terbukti bahwa permasalahan kulit wajah Suhay Salim telah berkurang.



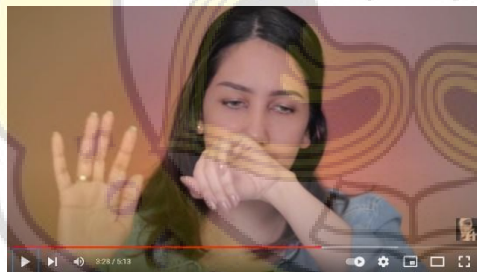
Gambar 4. 5

Suhay Salim juga memperlihatkan tekstur dari Some By Mi Snail Truecica kepada *viewer*, yang ternyata benar seperti *gel* lendir siput.



Gambar 4. 6

Selanjutnya Suhay Salim mencoba meratakan pada kulit tangannya. Disini Suhay Salim menjelaskan bahwa tekstur *gel* berubah menjadi ringan dan dingin.



Gambar 4. 7

Selanjutnya Suhay Salim juga menjelaskan aroma dari *Gel* Some By Mi Snail Truecica.



Gambar 4. 8

Setelah selesai mereviu Suhay Salim mengucapkan "*Highly highly highly recommend this*", hal ini menunjukkan bahwa Suhay Salim sangat merekomendasikan produk Some By Mi Snail Turcica, dan setelah itu Suhay Salim menutup videonya dengan mengucapkan sapaan kepada *viewer*.

Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=R43bWbDcE90> yang diolah, Desember 2021.

4.1.2 Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum



Gambar 4. 9 Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum
Sumber: Instagram @somebymi.official_id

Some By Mi merupakan salah satu *brand skincare* dari Korea Selatan. Some By Mi sendiri sudah memiliki lebih dari 10 produk khusus kecantikan kulit wajah, salah satunya yaitu Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum. Produk ini resmi masuk di Indonesia pada tahun

2019 tepatnya dirilis pada tanggal 15 Juli 2019 melalui akun media sosial Instagram @somebymi.official_id.

Melalui website resmi Some By Mi pada tanggal 25 Maret 2021 dengan judul “Product Archive: Some By Mi Snail Truecica Lines” menjelaskan, bahwa Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum terbuat dari bahan utama yaitu *snail mucin* yang berasal dari siput hitam. *Snail mucin* ini merupakan sifat alami yang dimiliki oleh siput hitam, di saat siput terluka, mucin akan membantu menyembuhkan kulit atau meregenerasi kulit mereka lebih cepat, dikarenakan *snail mucin* mengandung asam glikolat, enzim glikoprotein serta peptida tembaga yang membantu meregenerasi sel-sel kulit serta memperbaiki kerusakan.

Skincare Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum, terdapat kandungan 890.000 ppm mucin siput hitam yang kemudian dikombinasikan dengan bahan lainnya agar menghasilkan produk yang efektif. Kandungan Snail Mucin ini memiliki manfaat meregenerasi kulit serta memperbaiki kerusakan kulit. Kelebihan lain *snail mucin* juga mempunyai sifat anti-bakteri yang dapat melawan jerawat yang sangat parah, serta asam *hialuronat* dalam mucin siput memberikan kelembaban yang elastis pada kulit dan membuat kulit wajah tampak cerah. Kandungan lainnya pada Some By Mi Snail Truecica ini terdapat ekstrak akar *licorice* yang membantu mencerahkan kulit sekaligus mengurangi timbulnya jerawat. Selanjutnya, ada ekstrak *centella asiatica* yang bisa menenangkan kulit dan memperkuat *skin barrier*, dan ekstrak teh hijau serta ekstrak

propolis sebagai produk perawatan kulit yang membantu pada penyembuhan serta regenerasi sel kulit. Hal terpenting yang dimiliki Snail Trucica Miracle Repair Serum ini yaitu merupakan produk halal. Snail Trucica Miracle Repair Serum tidak mengandung komposisi produk kulit yang berbahaya, tak terdapat paraben, tidak ada ftalat, bahkan tak ada alkohol. Some By Mi Snail Trucica Miracle Repair Serum juga sudah lulus uji iritasi kulit dan bebas dari 20 produk berbahaya.

Some By Mi Snail Trucica Miracle Repair Serum memiliki tekstur berlendir seperti halnya lendir siput yang agak lengket tapi mudah meresap ke dalam kulit. Packaging dari Some By Mi Snail Trucica Miracle Repair Serum berbentuk botol yang elegan, dengan menggunakan bahan plastik yang tebal sehingga tidak mudah pecah. Tutup botol Snail Trucica Miracle Repair Serum berbentuk pompa yang simpel dipergunakan.

4.2 Uji Instrumen Penelitian

Sebelum masuk ke dalam analisis data, penulis terlebih dahulu menguji validitas dan reliabilitas instrumen dengan menyebarkan kuesioner sesuai dengan sampel yang telah ditentukan yaitu 100 responden yang masuk dalam kriteria perempuan generasi Z dengan *range* umur 15-24 tahun yang berdomisili di kota Semarang melalui media Google Form dengan *link*

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScfepnoN492T4uXBxAWxFmKi_78s3m406COKrI91fjhRU4NZQ/viewform?usp=sf_link

Responden diwajibkan untuk memberi jawaban pada semua pertanyaan, tanpa ada yang terlewatkan. Untuk pengolahan data uji instrumen ini, dilakukan dengan menggunakan software SPSS 17 dengan hasil sebagai berikut:

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya pertanyaan di dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah penulis buat benar-benar dapat mengukur apa yang hendak diukur (Ghozali, 2018: 51).

Untuk mengetahui valid tidaknya kuesioner, penulis melakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel untuk degree of freedom (df) = $n - 2$ yang dimana n merupakan jumlah sampel (Ghozali, 2018: 51). Dalam penelitian kali ini untuk uji validitas, sampel yang digunakan yaitu $n=100$ responden. Besar df dapat dihitung dengan cara $100 - 2 = 98$. Dengan $df=98$ dan taraf kesalahan 5%, maka didapat r tabel sebesar 0,1966 (lihat pada halaman lampiran).

4.2.1.1 Uji validitas variabel kredibilitas *beauty vlogger*

Kuesioner variabel x ini terdiri dari tiga belas *item* pertanyaan. Yang dibagi menjadi tiga indikator. Jika r hitung $>$ r tabel maka dapat

dikatakan kuesioner variabel x valid (Arifin, 2017: 78). R hitung dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini (tabel 4.2). Kemudian dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel x (kredibilitas *beauty vlogger*) dinyatakan valid karena seluruh hasil r hitung memiliki nilai lebih dari 0,1966.

Tabel 4. 2 Uji validitas variabel kredibilitas beauty vlogger

Indikator	R(hitung)	R(tabel)	Keterangan
<i>Expertise/ Keahlian</i>			
E1	0,374	0,1966	VALID
E2	0,525	0,1966	VALID
E3	0,562	0,1966	VALID
E4	0,450	0,1966	VALID
E5	0,464	0,1966	VALID
<i>Physical Attractiveness/ Daya Tarik</i>			
P6	0,551	0,1966	VALID
P7	0,489	0,1966	VALID
P8	0,526	0,1966	VALID
P9	0,606	0,1966	VALID
<i>Trustworthiness/ Kepercayaan</i>			
T10	0,423	0,1966	VALID
T11	0,401	0,1966	VALID
T12	0,483	0,1966	VALID
T13	0,449	0,1966	VALID

Sumber: Data primer diolah, Febuari 2022

4.2.1.2 Uji validitas variabel minat beli

Kuesioner variabel y ini terdiri dari lima pertanyaan yang terdiri dari indikator minat beli. Jika r hitung $>$ r tabel maka dapat dikatakan kuesioner variabel y valid (Arifin, 2017: 78). R hitung dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini (tabel 4.3). Kemudian dapat disimpulkan bahwa kuesioner variabel y (minat beli) dinyatakan valid karena seluruh hasil r hitung memiliki nilai lebih dari 0,1966.

Tabel 4. 3 Uji validitas variabel minat beli

Indikator	R(hitung)	R(tabel)	Keterangan
M14	0,750	0,1966	VALID
M15	0,700	0,1966	VALID
M16	0,631	0,1966	VALID
M17	0,717	0,1966	VALID
M18	0,731	0,1966	VALID

Sumber: Data primer diolah, Februari 2022

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Pada penelitian kali ini uji reliabilitas menggunakan data dari seratus responden. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis *Cronbach Alpha*, yang dimana membandingkan angka *Cronbach Alpha* dengan ketentuan nilai *Cronbach Alpha* yaitu minimal 0,6. Dengan hasil akhir variabel bisa dikatakan reliabel jika hasil nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,60 (Arifin, 2017: 79).

4.2.2.1 Uji Reliabilitas variabel kredibilitas *beauty vlogger*

Tabel 4. 4 Variabel kredibilitas beauty vlogger

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.737	13

Sumber: Data primer diolah, Februari 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui terdapat tiga belas *item* pertanyaan dan dari seluruh *item* pertanyaan dari variabel x ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,737. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pada penelitian ini reliabel karena $0,737 > 0,60$.

- Uji Reliabilitas variabel minat beli

Tabel 4. 5 Variabel minat beli

Reliability Statistics	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.753	5

Sumber: Data primer diolah, Februari 2022

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui terdapat lima *item* pertanyaan dan dari seluruh *item* pertanyaan dari variabel Y ini memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,753. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen pada penelitian ini reliabel karena $0,753 > 0,60$.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Analisis Deskriptif Variabel

Analisis deskriptif ini dilakukan untuk mengetahui modus dari skor jawaban responden di kuesioner untuk setiap aspek variabel x (*beauty vlogger*) dan variabel y (minat beli). Untuk mengetahui modus skor jawaban, penulis menggunakan bantuan Ms. Excel 2010.

4.3.1.1 Variabel Kredibilitas *beauty vlogger* Suhay Salim

a. *Expertise*/ Keahlian

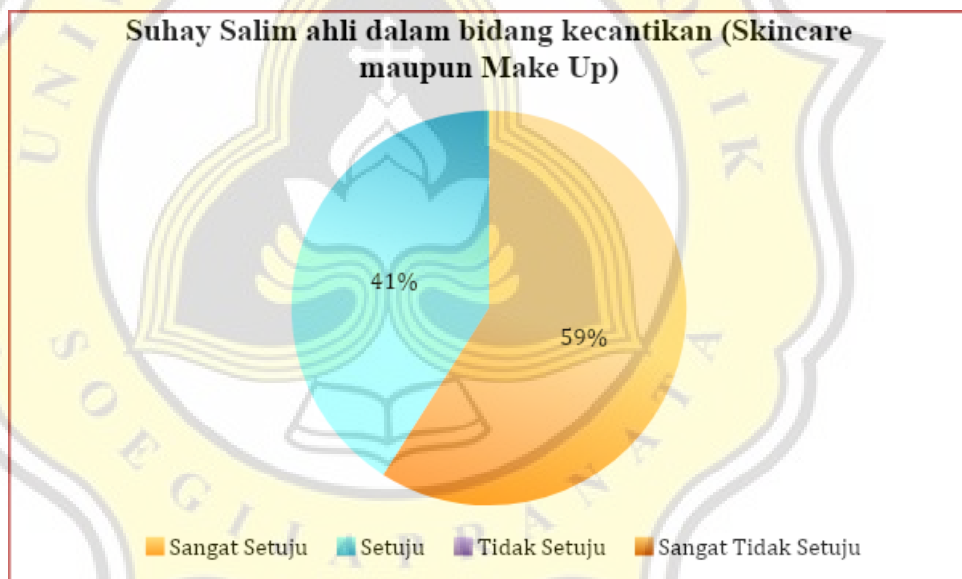


Diagram 4. 1 Hasil Jawaban Responden tentang *Expertise*/ Keahlian
Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.1 di atas, mengenai jawaban responden pada item E1 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 59 responden (59%) yang memilih sangat setuju, 41 responden (41%) yang memilih setuju, dan 0 responden (0%) yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa

59% sebagian besar responden sangat setuju dengan keahlian yang dimiliki Suhay Salim dalam bidang kecantikan terutama *skincare*. Keahlian dibidang kecantikan ini dapat membantu Suhay Salim dalam meningkatkan kredibilitasnya dalam mereviu produk.

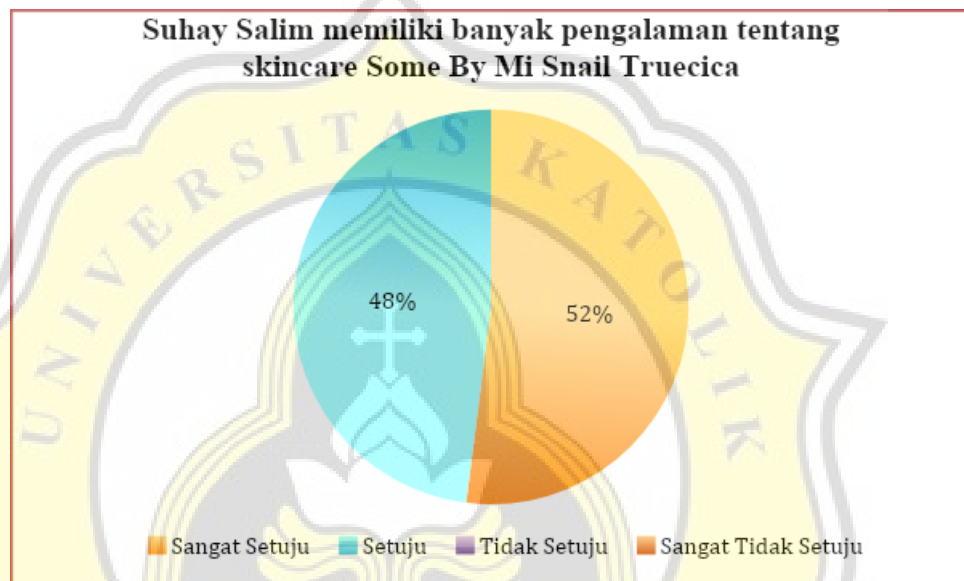


Diagram 4. 2 Hasil Jawaban Responden tentang Expertise/ Keahlian
Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.2 di atas, mengenai jawaban responden pada item E2 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 52 responden (52%) yang memilih sangat setuju, 48 responden (48%) yang memilih setuju, dan 0 responden (0%) yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap dalam video *review* Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum, Suhay Salim benar memiliki banyak pengalaman terhadap produk Some By Mi Snail Truecica. Hal itu ditunjukkan melalui bukti bahwa Suhay Salim sudah pernah mencoba dan mempelajari

produk Some By Mi Snail Truecica terlebih dahulu sebelum mereviu. Pengalaman yang cukup membuat Suhay Salim memiliki kepercayaan lebih dari orang lain.

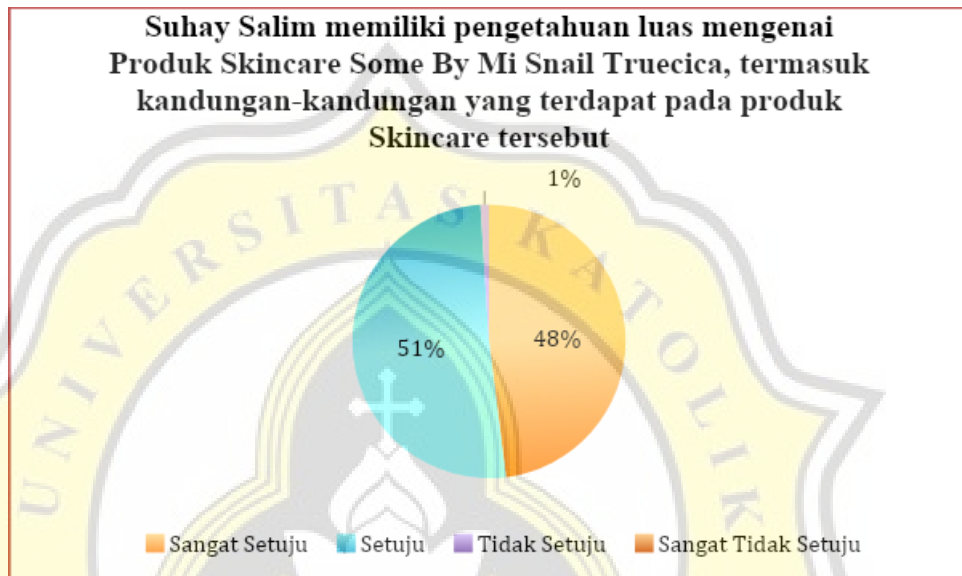


Diagram 4.3 Hasil Jawaban Responden tentang Expertise/ Keahlian
Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.3 di atas, mengenai jawaban responden pada item E3 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 3 (setuju). Dari 100 responden, terdapat 48 responden (48%) yang memilih sangat setuju, 51 responden (51%) yang memilih setuju, 1 responden (1%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju bahwa Suhay Salim memiliki pengetahuan luas mengenai produk *skincare* Some By Mi Snail Truecica, termasuk kandungan-kandungan yang terdapat pada produk. Pengetahuan yang luas terhadap produk yang akan direviu, dapat memudahkan penonton lebih cepat memahami produk tersebut.

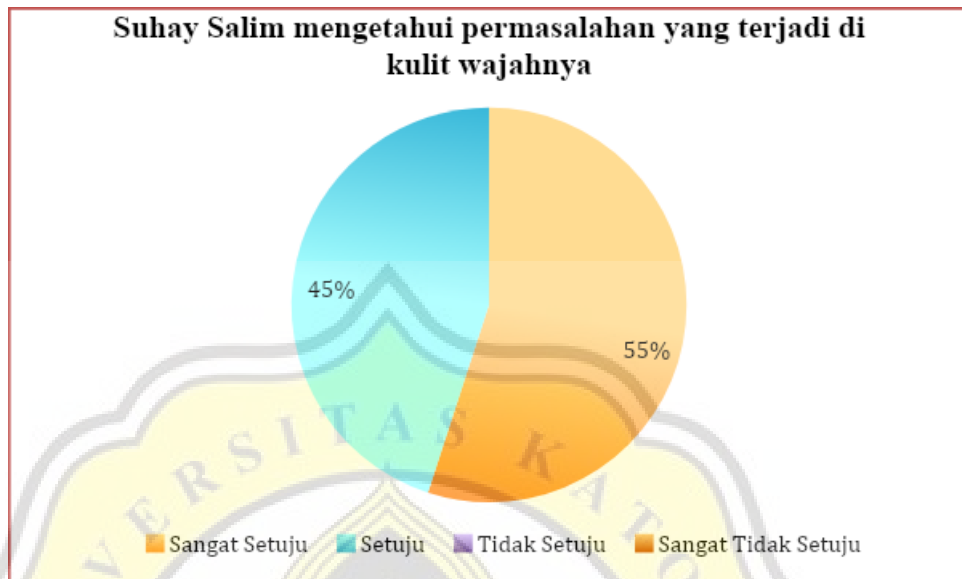


Diagram 4. 4 Hasil Jawaban Responden tentang Expertise/ Keahlian
 Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.4 di atas, mengenai jawaban responden pada item E4 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (Sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 55 responden (55%) yang memilih sangat setuju, 45 responden (45%) yang memilih setuju, dan 0 responden (0%) yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Suhay Salim memahami permasalahan yang terjadi pada kulit wajahnya, sehingga Suhay Salim dapat membagikan pengalaman masalah kulit wajahnya kepada penonton dan penonton dapat mengatasi jika mengalami permasalahan kulit wajah yang sama.

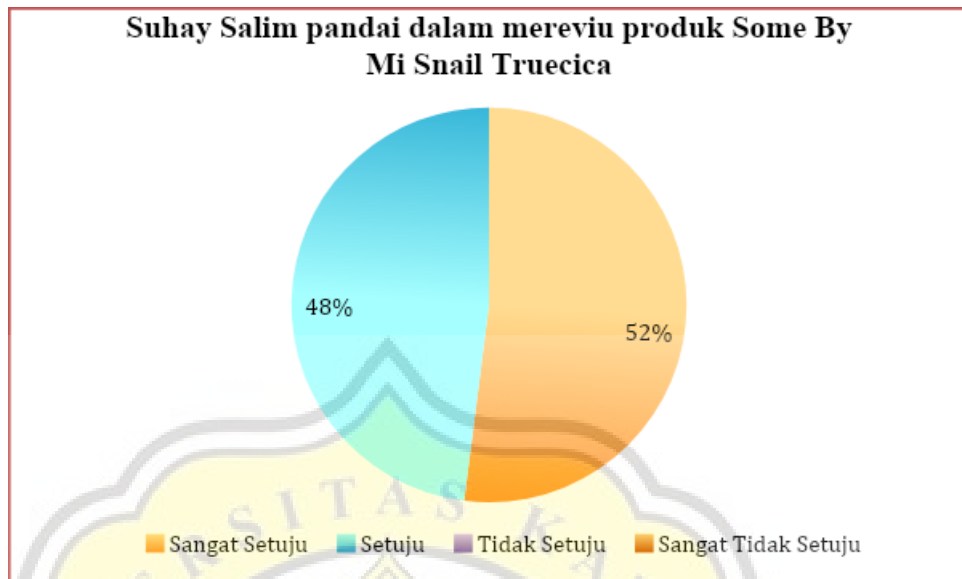


Diagram 4. 5 Hasil Jawaban Responden tentang Expertise/ Keahlian
 Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.5 di atas, mengenai jawaban responden pada item E5 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (Sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 52 responden (52%) yang memilih sangat setuju, 48 responden (48%) yang memilih setuju, dan 0 responden (0%) yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian responden menyukai keahlian Suhay Salim dalam mereviu produk Some By Mi Snail Truecica. Keahlian tersebut dibuktikan melalui jumlah *viewers* di video *review* Some By Mi Snail Truecica yang mencapai 1,1 juta penonton. Serta ditambah banyaknya *subscribers* pada *channel* Youtubanya.

b. *Physical Attractiveness/ Daya Tarik*

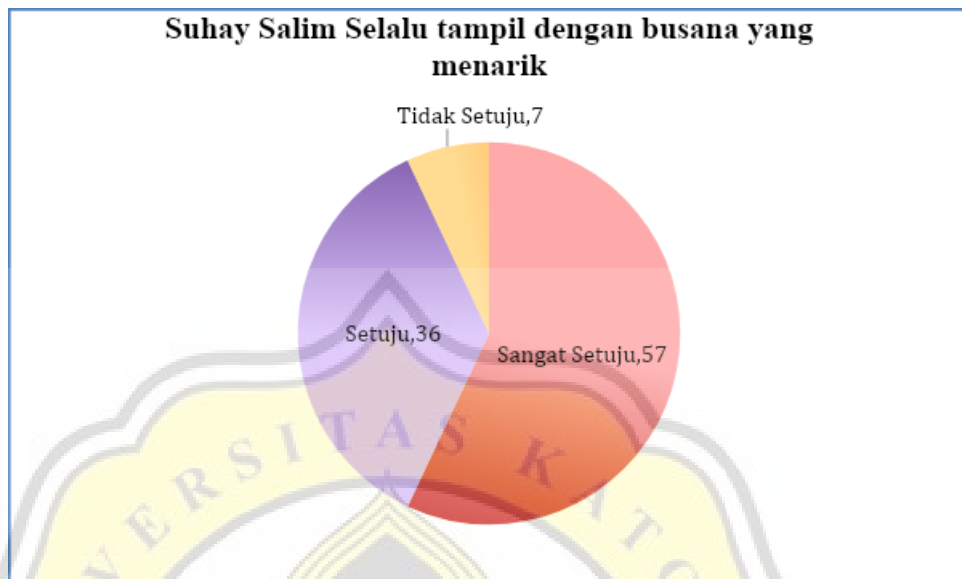


Diagram 4. 6 Hasil Jawaban Responden tentang Physical Attractiveness/ Daya Tarik

Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.6 di atas, mengenai jawaban responden pada item P6 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 57 responden (57%) yang memilih sangat setuju, 36 responden (36%) yang memilih setuju, 7 responden (7%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa Suhay Salim selalu memperhatikan penampilan serta busana yang akan dikenakan, saat membuat video di *channel* youtubenya. Dikarenakan penampilan menjadi salah satu daya tarik seseorang, maka dengan memperhatikan busana, Suhay Salim dapat menarik mata para *viewers*.

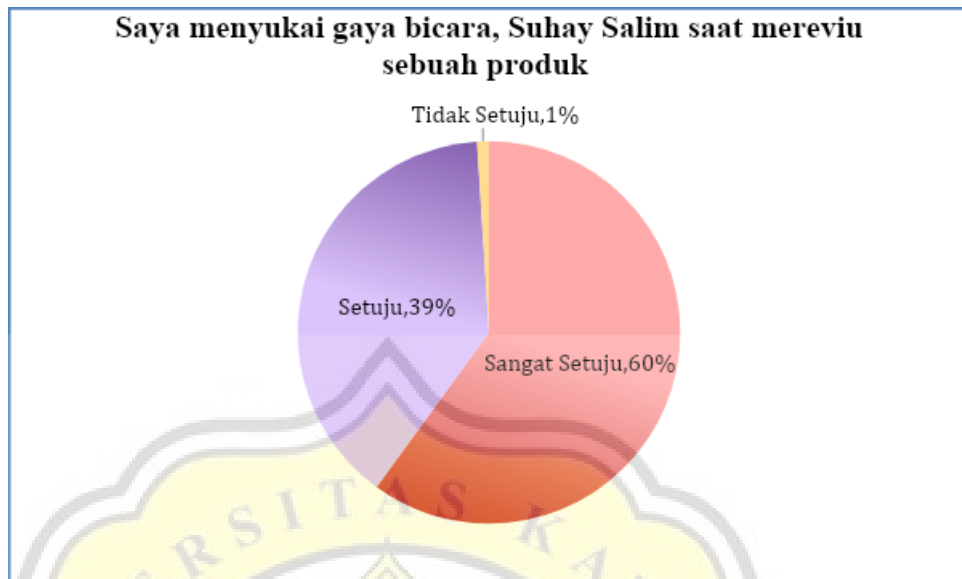


Diagram 4. 7 Hasil Jawaban Responden tentang Physical Attractiveness/
Daya Tarik

Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.7 di atas, mengenai jawaban responden pada item P7 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 60 responden (60%) yang memilih sangat setuju, 39 responden (39%) yang memilih setuju, 1 responden (1%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyukai gaya bicara Suhay Salim saat mereviu produk Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum di channel YouTube nya. Gaya bicara yang tegas serta ciri khas logat medok Bahasa Jawanya yang dapat menghibur para penonton, dan membuat para penonton senang saat sedang menonton video *review* tersebut.

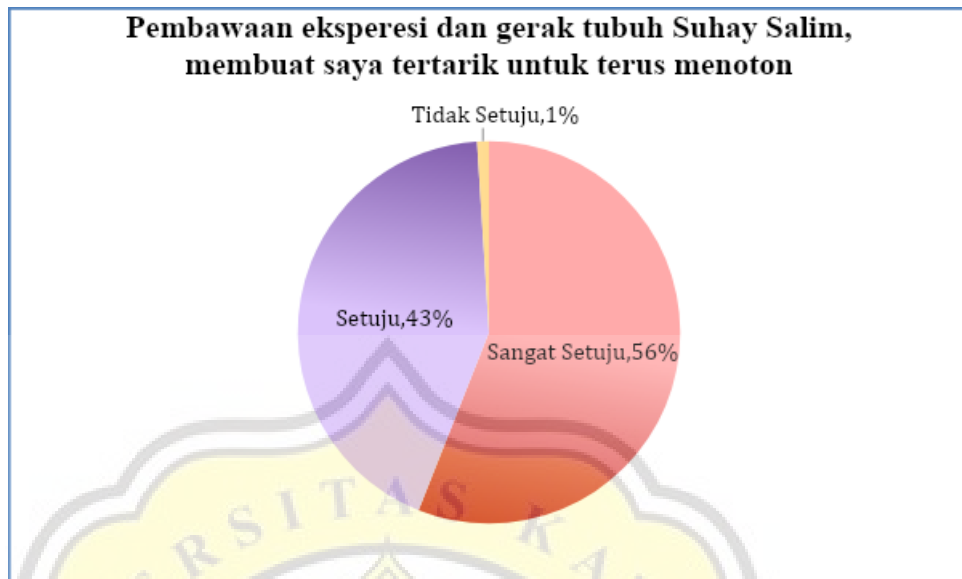


Diagram 4. 8 Hasil Jawaban Responden tentang Physical Attractiveness/
Daya Tarik

Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.8 di atas, mengenai jawaban responden pada item P8 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 56 responden (56%) yang memilih sangat setuju, 43 responden (43%) yang memilih setuju, 1 responden (1%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden tertarik dengan pembawaan ekspresi dan gerak tubuh Suhay Salim. Terlihat beberapa ekspresi serta gerak tubuh Suhay Salim yang sangat antusias saat sedang menjelaskan yang dimana membuat penonton lebih fokus untuk mendengarkannya, dan seketika juga ekspresi serta gerak tubuh yang terkesan lucu membuat penonton terhibur.

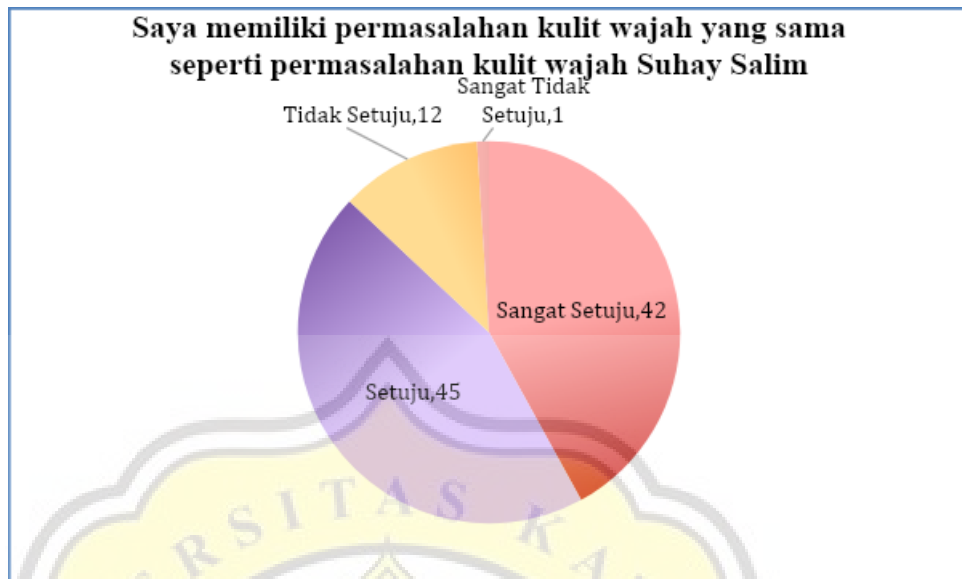


Diagram 4. 9 Hasil Jawaban Responden tentang Physical Attractiveness/
Daya Tarik

Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.9 di atas, mengenai jawaban responden pada item P9 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 3 (setuju). Dari 100 responden, terdapat 42 responden (42%) yang memilih sangat setuju, 45 responden (45%) yang memilih setuju, 12 responden (12%) yang memilih tidak setuju dan 1 responden (1%) yang memilih sangat tidak setuju. Walaupun sebagian besar responden setuju, bahwa mereka tertarik menonton video *review* Suhay Salim dikarenakan mereka memiliki permasalahan kulit wajah yang sama. Tetapi diantara beberapa pertanyaan, pertanyaan P9 ini yang memiliki jumlah skor tidak setuju paling banyak yaitu mencapai 12 responden. Hal ini juga membuktikan bahwa ada beberapa responden yang tidak melihat daya tarik Suhay Salim dari kesamaan masalah kulit mereka.

c. *Trustworthiness/ Kepercayaan*

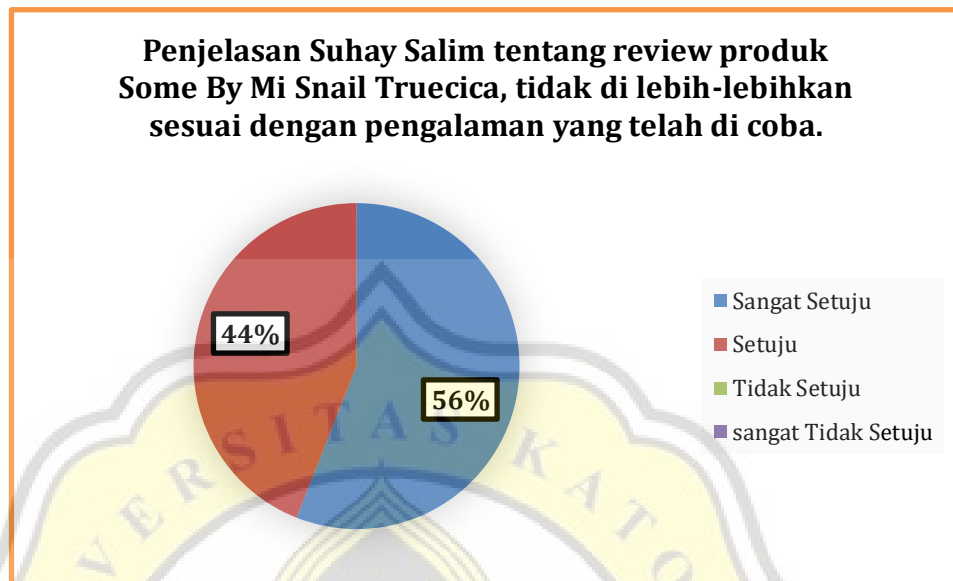


Diagram 4. 10 Hasil Jawaban Responden tentang *Trustworthiness/ Kepercayaan*

Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.10 di atas, mengenai jawaban responden pada item T10 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 56 responden (56%) yang memilih sangat setuju, 44 responden (44%) yang memilih setuju, dan 0 responden (0%) yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menganggap bahwa penjelasan Suhay Salim tidak dilebih-lebihkan sesuai dengan pengalaman yang telah di coba. Suhay Salim menjelaskan produk sesuai dengan fakta dan pengalamannya, ketika terdapat kekurangan dalam produk Some By Mi Snail Truecica, Suhay Salim juga menjelaskan kekurangannya dan sebaliknya juga ketika ada kelebihan Suhay Salim juga akan menjelaskannya.

Suhay Salim dapat menjelaskan produk Some By Mi Snail Truecica secara terperinci dan jelas

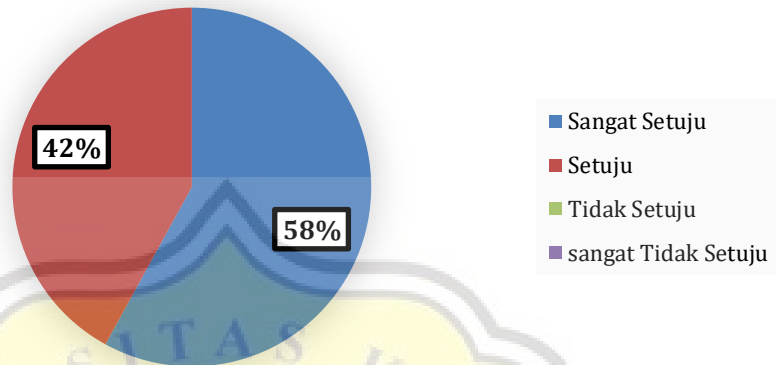


Diagram 4. 11 Hasil Jawaban Responden tentang Trustworthiness/Kepercayaan

Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.11 di atas, mengenai jawaban responden pada item T11 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 58 responden (58%) yang memilih sangat setuju, 42 responden (42%) yang memilih setuju, dan 0 responden (0%) yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju, dengan penjelasan Suhay Salim yang sangat terperinci saat menjelaskan tentang produk Some By Mi Snail Truecica. Dengan ini dapat membantu penonton dapat lebih paham mengenai produk Some By Mi Snail Truecica.

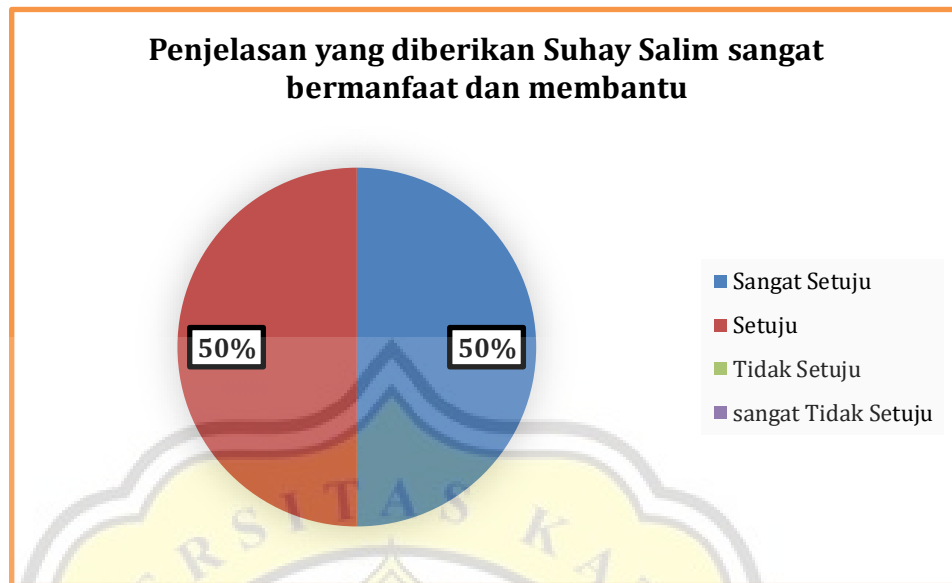


Diagram 4. 12 Hasil Jawaban Responden tentang Trustworthiness/ Kepercayaan
 Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.12 di atas, mengenai jawaban responden pada item T12 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 dan 3 (sangat setuju dan setuju). Dari 100 responden, terdapat 50 responden (50%) yang memilih sangat setuju, 50 responden (50%) yang memilih setuju, dan 0 responden (0%) yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden sangat setuju dengan penjelasan Suhay Salim yang mudah dipahami dan menarik sehingga sangat bermanfaat dan membantu para responden untuk mencari informasi mengenai produk Some By Mi Snail Truecica.

Dalam video vlog Some By Mi Snail Truecica, Suhay Salim menjelaskan dengan tegas dan yakin saat menyampaikan informasi produk

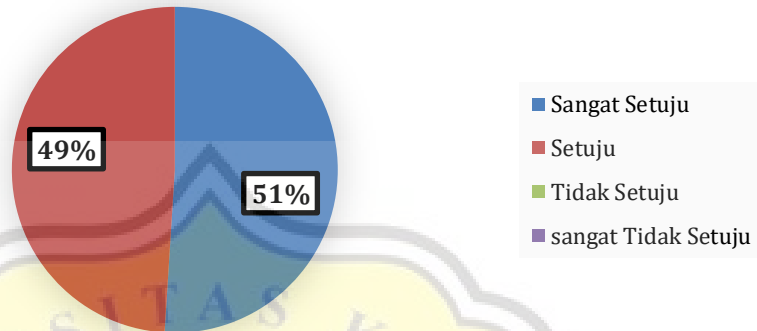


Diagram 4. 13 Hasil Jawaban Responden tentang Trustworthiness/Kepercayaan

Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.13 di atas, mengenai jawaban responden pada item T13 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 51 responden (51%) yang memilih sangat setuju, 49 responden (49%) yang memilih setuju, dan 0 responden (0%) yang memilih tidak setuju dan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa dalam video *review* Some By Mi Snail Truecica, Suhay Salim menjelaskan produk dengan tegas dan yakin saat menyampaikan informasi. Membuat para penonton lebih percaya dengan apa yang Suhay Salim sampaikan dalam video tersebut.

4.3.1.2 Variabel minat beli

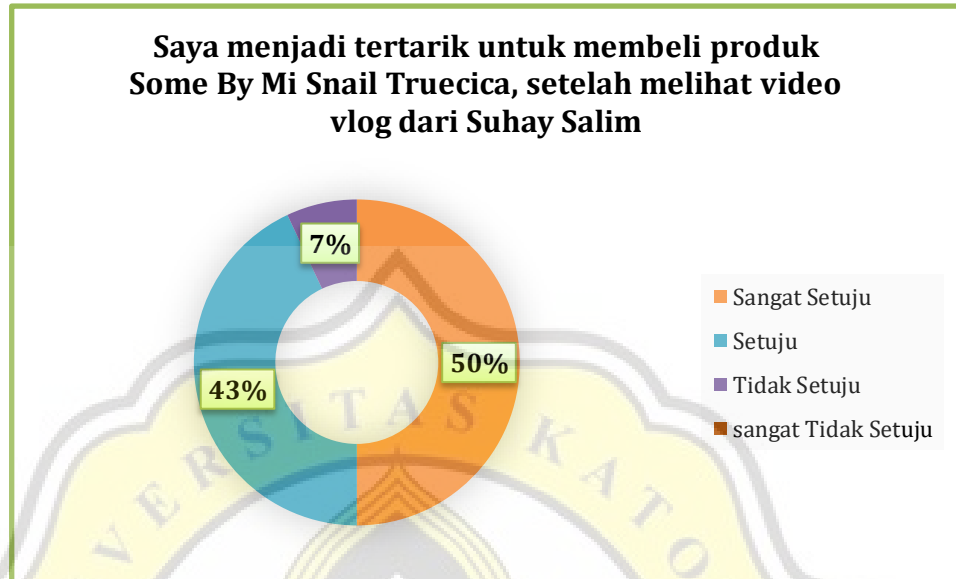


Diagram 4. 14 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli
Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.14 di atas, mengenai jawaban responden pada item M14 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 50 responden (50%) yang memilih sangat setuju, 43 responden (43%) yang memilih setuju, 7 responden (7%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa sebagian besar responden, timbul rasa ingin membeli produk Some By Mi Snail Truecica, se usai menonton video *review* Some By Mi Snail Truecica- Suhay Salim. Disimpulkan bahwa penjelasan Suhay Salim dapat menimbulkan rasa minat beli produk.

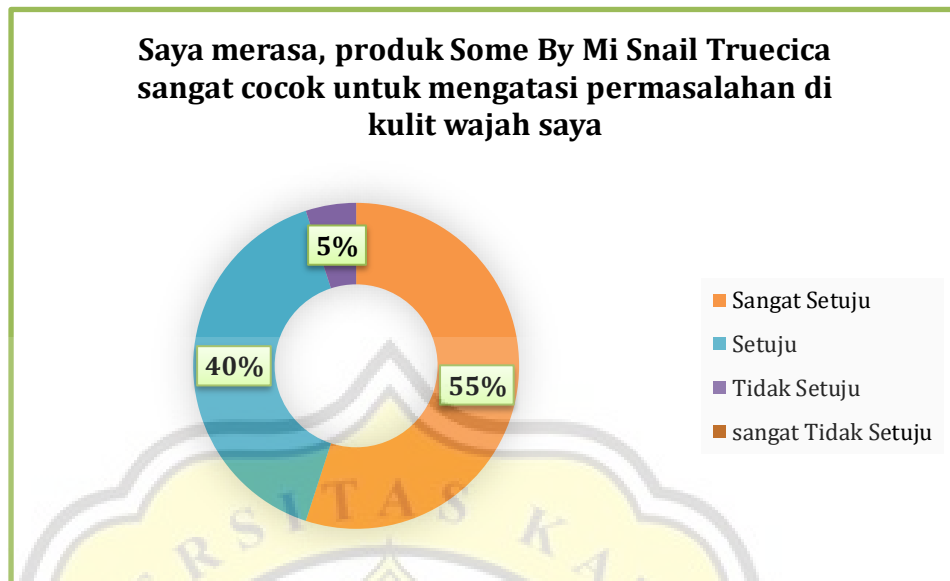


Diagram 4. 15 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli
Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.15 di atas, mengenai jawaban responden pada item M15 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 55 responden (55%) yang memilih sangat setuju, 40 responden (40%) yang memilih setuju, 5 responden (5%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa setelah menonton video *review* Some By Mi Snail Truecica, sebagian besar responden merasa bahwa produk Some By Mi Snail Truecica dapat membantu mengatasi permasalahan kulit diwajah mereka. maka dapat disimpulkan bahwa penjelasan Suhay Salim sangat terperinci dan dapat meyakinkan responden bahwa produk Some By Mi Snail Truecica sangat bagus untuk mengatasi permasalahan kulit di wajah terutama bekas jerawat.

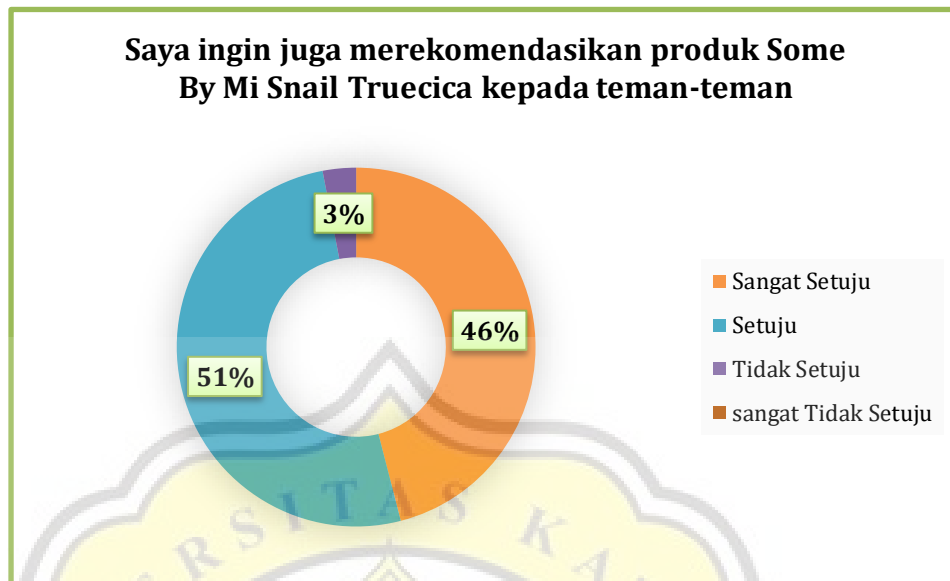


Diagram 4. 16 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli
Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.16 di atas, mengenai jawaban responden pada item M16 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 3 (setuju). Dari 100 responden, terdapat 46 responden (46%) yang memilih sangat setuju, 51 responden (51%) yang memilih setuju, 3 responden (3%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa setelah menonton video *review* Some By Mi Snail Truecica, sebagian besar responden ingin merekomendasikan produk Some By Mi Snail Truecica kepada teman-temannya, seperti menjelaskan kembali informasi yang telah ditonton, atau bertukar pikiran dengan teman-temannya.

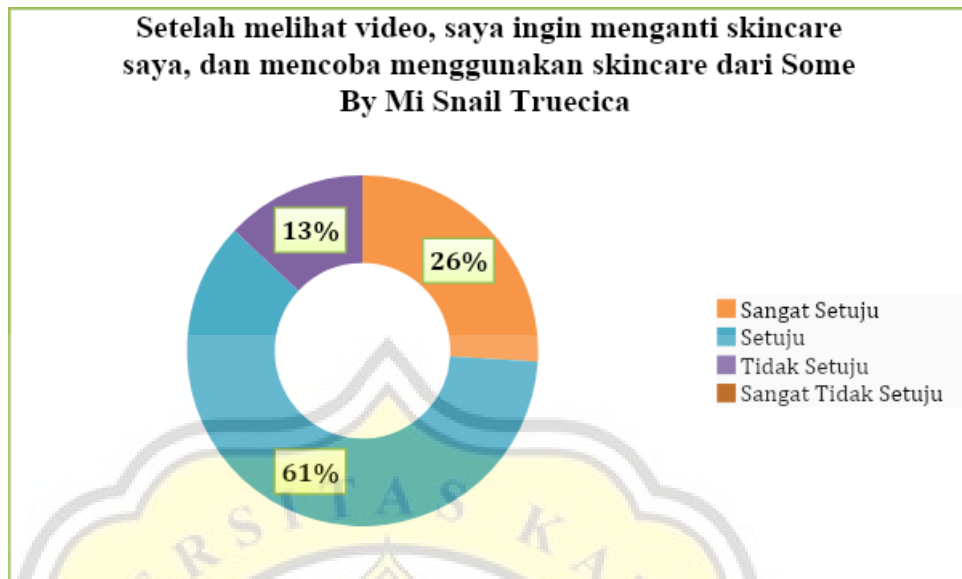


Diagram 4. 17 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli
Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.17 di atas, mengenai jawaban responden pada item M17 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 3 (setuju). Dari 100 responden, terdapat 26 responden (26%) yang memilih sangat setuju, 61 responden (61%) yang memilih setuju, 13 responden (13%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa setelah menonton video *review* Some By Mi Snail Truecica, walaupun sebagian besar responden menjawab ingin mengganti skincare mereka dengan produk Some By Mi Snail Truecica, namun jumlah responden yang menjawab tidak setuju berjumlah cukup banyak di antara pertanyaan yang lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak semua responden langsung ingin menggantikan *skincare* lama mereka dengan produk Some By Mi Snail Truecica.

Selesai melihat video, saya lanjut mencari tahu informasi mengenai produk Some By Mi Snail Truecica

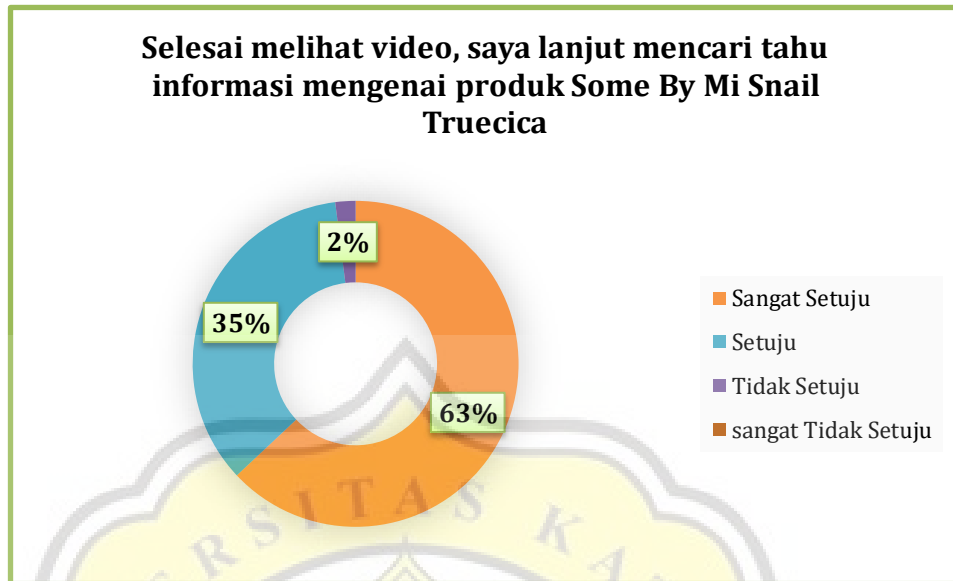
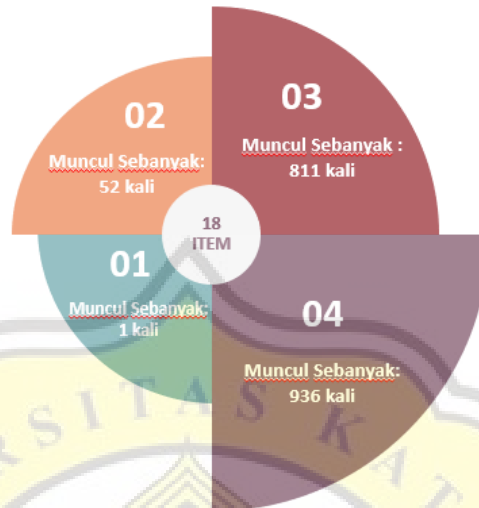


Diagram 4. 18 Hasil Jawaban Responden tentang Minat beli
Sumber: Data primer diolah Maret 2022

Berdasarkan diagram 4.18 di atas, mengenai jawaban responden pada item M18 ditemukan skor yang paling sering muncul yaitu pada skor 4 (sangat setuju). Dari 100 responden, terdapat 63 responden (63%) yang memilih sangat setuju, 35 responden (35%) yang memilih setuju, 2 responden (2%) yang memilih tidak setuju dan 0 responden (0%) yang memilih sangat tidak setuju. Hal ini membuktikan bahwa setelah menonton video *review* Some By Mi Snail Truecica, sebagian besar responden ingin mencari tahu lebih lanjut informasi mengenai produk Some By Mi Snail Truecica. Para responden dapat lebih menyakinkan rasa ingin membeli mereka sampai keputusan pembelian.

4.3.1.3 Variabel kredibilitas *beauty vlogger* dan minat beli



Gambar 4.10 Nilai Modus Analisis Deskriptif Dua Variabel

Sumber: Data primer diolah 26 April 2022

Hasil dari analisis deskriptif antara variabel X dan variabel Y dapat disimpulkan bahwa terdapat delapan belas pertanyaan, diantaranya tiga belas pertanyaan mengenai variabel kredibilitas *beauty vlogger* dan lima pertanyaan mengenai variabel minat beli. Menemukan hasil dari analisis deskriptif ini, dengan cara mencari nilai modus dari hasil jawaban responden, dapat dilihat pada gambar 4.10 bahwa nilai skor 4 (sangat setuju) muncul sebanyak 936 kali, nilai skor 3 (setuju) muncul sebanyak 811 kali, nilai skor 2 (tidak setuju) muncul sebanyak 52 kali dan nilai skor 1 (sangat tidak setuju) muncul sebanyak 1 kali dengan total jawaban 1800. Nilai skor yang paling sering muncul adalah nilai skor 4 (sangat setuju), yang dimana sebagian besar responden sangat setuju dengan kredibilitas yang dimiliki *beauty vlogger* Suhay Salim dan setuju dengan munculnya rasa minat beli.

4.3.2 Uji Normalitas data

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018: 161). Cara yang digunakan untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis statistik yang dilakukan dengan melihat nilai signifikansi pada tabel one-sample Kolmogorov-Smirnov test. Adapun hasil uji normalitas pada penelitian ini, dapat dilihat pada tabel Kolgomorov-Smirnov di bawah ini:

Tabel 4. 6 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.74005304
Most Extreme Differences	Absolute	.114
	Positive	.073
	Negative	-.114
Kolmogorov-Smirnov Z		1.136
Asymp. Sig. (2-tailed)		.151

Sumber: Data primer diolah, Februari 2022

Dari hasil uji normalitas pada tabel 4.6 menunjukkan data berdistribusi normal, pada kolom AsympSig. atau P-value lebih besar dari 0,05 ($\text{sig} > 0,05$), yaitu $0,151 > 0,05$ yang berarti bahwa data sampel dari semua variabel berdistribusi normal Arifin (2017: 89-90).

4.3.3 Hasil Uji Koefisien Korelasi

Uji koefisien korelasi ini merupakan teknik statistika untuk mengetahui hubungan dari variabel independen X (Kredibilitas *Beauty Vlogger*) dan variabel dependen Y (Minat Beli). Untuk mengetahui apakah

antara dua variabel berkorelasi atau tidak, dapat dilihat dari dasar pengambilan keputusan seperti di bawah ini (Arifin 2017: 139):

- a. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($< 0,05$) maka berkorelasi
- b. Jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 ($> 0,05$) maka tidak berkorelasi

Tabel 4. 7 Hasil Koefisien Korelasi

		x	y
x	Pearson Correlation	1	.537**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
y	Pearson Correlation	.537**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer diolah, Februari 2022

Berdasarkan hasil korelasi pada tabel 4.7 di atas, dapat dilihat nilai dari signifikansi (sig. 2-tailed) yaitu 0,000, yang berarti lebih kecil dari 0,05 atau $0,000 < 0,05$, maka variabel X dan variabel Y dapat dikatakan berkorelasi atau berhubungan. Nilai dari korelasi antara variabel X dan variabel Y menunjukkan angka sebesar 0,537. Melihat tabel 3.2 mengenai tingkat hubungan korelasi (Arifin, 2017: 137), maka dapat disimpulkan bahwa nilai korelasi antara variabel X dan variabel Y memiliki tingkat hubungan sedang, dikarenakan nilai hubungan variabel X dan variabel Y berkisar antara 0,40 dan 0,599. Hasil dari nilai korelasi juga bersifat positif

yang berarti apabila variabel X meningkat maka variabel Y juga akan ikut meningkat.

4.3.4 Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Selain itu analisis regresi sederhana juga menunjukkan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2018: 96). Berikut hasil analisis linier sederhana dari penelitian ini:

Tabel 4. 8 Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.922	2.410		.797	.427
	kredibilitas	.333	.053	.537	6.305	.000

a. Dependent Variable: minat beli

Sumber: Data primer diolah, Februari 2022

Berdasarkan hasil perhitungan tabel 4.8, dapat dilihat nilai dari *constant* (a) sebesar 1,922, dan nilai dari kredibilitas (b/ koefisien regresi) sebesar 0,333, sehingga dapat dibentuk persamaan yaitu (Arifin, 2017: 152):

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,922 + 0,333 X.$$

Dalam persamaan tersebut constant sebesar 1,922 memiliki arti bahwa nilai konsisten variabel minat beli adalah sebesar 1,922. Sedangkan

koefisien regresi X sebesar 0,333 yang menyatakan bahwa setiap kenaikan 1% nilai kredibilitas *beauty vlogger*, maka nilai minat beli akan bertambah sebesar 0,333. Hasil dari koefisien regresi (kredibilitas) bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel kredibilitas *beauty vlogger* terhadap variabel minat beli bersifat positif.

4.3.5 Hasil Uji hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis ini menggunakan uji t, menurut Ghozali (2018: 98). Pengujian ini dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 0,05 atau ($\alpha=5\%$). Berikut hasil dari Uji Hipotesis t:

a) Merumuskan Hipotesis

$H_0: \beta = 0$, Kredibilitas *beauty vlogger* tidak berpengaruh terhadap minat beli

$H_a: \beta \neq 0$, Kredibilitas *beauty vlogger* berpengaruh terhadap minat beli.

b) Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05

Tabel 4. 9 ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	121.609	1	121.609	39.759	.000 ^a
	Residual	299.751	98	3.059		
	Total	421.360	99			

Sumber: Data primer diolah, Februari 2022

Dari *output* pada tabel 4.9 dapat diketahui nilai F hitung yaitu 39.759 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.000. Sesuai penjelasan di atas 3.8.5 bagian b, jika disimpulkan $0,000 < 0,05$ yang berarti nilai signifikansi kurang dari 0,05 ($< 0,05$) maka kredibilitas *beauty vlogger* berpengaruh terhadap minat beli.

c) Menentukan nilai T_{hitung} dan T_{tabel}

Pada tabel 4.8 dapat dilihat nilai T_{hitung} sebesar 6.305, dan nilai T_{tabel} diperoleh melalui cara dibawah ini dengan taraf signifikansi 0,05 (Arifin, 2017: 152).

$$\begin{aligned} T_{tabel} &= \alpha/2; n-k-1 \\ &= 0,05/2; 100-1-1 \\ &= 0,025; 98 \text{ (dilihat pada distribusi nilai } T_{tabel}) \\ &= 1,661 \end{aligned}$$

d) Kriteria pengujian

$T_{hitung} < T_{tabel} = H_0$ diterima dan H_a ditolak, maka kredibilitas *beauty vlogger* tidak terdapat pengaruh dalam meningkatkan rasa minat beli konsumen dan penjualan produk *skincare*.

$T_{hitung} > T_{tabel} = H_0$ ditolak, dan H_a diterima, maka kredibilitas *beauty vlogger* berpengaruh dalam meningkatkan rasa minat beli konsumen dan penjualan produk *skincare*.

e) Kesimpulan hipotesis

Pada uji hipotesis t ini dapat disimpulkan bahwa nilai T_{hitung} untuk kredibilitas *beauty vlogger* (X) sebesar 6.305 lebih besar dari nilai T_{tabel} yaitu 1,661 ($T_{hitung} 6.305 > T_{tabel} 1,661$), sedangkan untuk nilai signifikansi kredibilitas *beauty vlogger* (tabel 4.9) lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak, dan H_a diterima, maka kredibilitas *beauty vlogger* berpengaruh dalam meningkatkan rasa minat beli konsumen dan penjualan produk *skincare*.

4.4 Pembahasan

Penulis membuat penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas seorang *beauty vlogger* terhadap munculnya minat beli konsumen. Pada penelitian ini penulis menggunakan metode survei pada perempuan generasi Z di kota Semarang terhadap video *review* Some By Mi Snail Truecica Miracle Repair Serum di *channel* YouTube Suhay Salim. Berdasarkan tujuan penelitian ini, penulis juga menentukan kriteria responden diantaranya yaitu responden sudah menonton video Snail Truecica di *Channel* YouTube Suhay Salim, berjenis kelamin perempuan, berusia 15-24 tahun dan berdomisili di Kota Semarang. Kuesioner disebarluaskan kepada 100 responden sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Kuesioner berbentuk Google Form yang memiliki 18 pertanyaan, yaitu variabel kredibilitas *beauty vlogger* dengan 13 pertanyaan dan variabel minat beli dengan 5 pertanyaan.

Variabel *Kredibilitas beauty vlogger* memiliki 3 indikator yaitu yang pertama ada *expertise/* keahlian dengan jumlah 5 pertanyaan, yang kedua ada *physical attractiveness/* daya tarik dengan jumlah 4 pertanyaan dan yang ketiga ada *trustworthiness/* kepercayaan dengan jumlah 4 pertanyaan. Dari 13 pertanyaan ini, terdapat 1277 total jawaban responden yang memilih sangat setuju dan setuju dari nilai maksimal jawaban yaitu 1300. Hal ini dapat diartikan bahwa 98,2 % responden tertarik dengan kredibilitas yang dimiliki oleh Suhay Salim saat mereview produk Some By Mi Snail Truecica. Dari

beberapa *item* pertanyaan terdapat dua pertanyaan yang memiliki skor sangat setuju paling banyak yang mencapai 60 responden yaitu pertanyaan nomor satu (Suhay Salim ahli dalam bidang kecantikan *Skincare* maupun *Make Up*) dan pertanyaan nomor tujuh (Saya menyukai gaya bicara, Suhay Salim saat mereview sebuah produk). Hal ini menunjukkan bahwa pengetahuan Suhay Salim mengenai kecantikan dapat dipercaya serta gaya bicara dengan logat medok Bahasa Jawanya yang memiliki ciri khas, dapat membuat penonton terhibur. Sedangkan untuk *item* pertanyaan dengan skor tidak setuju paling banyak terdapat pada nomor sembilan (Saya memiliki permasalahan kulit wajah yang sama seperti permasalahan kulit wajah Suhay Salim) dengan mencapai 12 responden serta terdapat pula jawaban sangat tidak setuju dengan jumlah responden 1. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan kulit wajah yang sama tidak begitu mempengaruhi daya tarik seorang *beauty vlogger*.

Variabel minat beli memiliki 5 pertanyaan yang disebarakan kepada 100 responden dan mendapatkan 470 total jawaban responden yang memilih sangat setuju dan setuju dari nilai maksimal jawaban yaitu 500. Hal ini dapat diartikan bahwa 94 % responden memiliki rasa minat beli yang tinggi terhadap produk Some By Mi Snail Truecica. Dari lima *item* pertanyaan terdapat satu pertanyaan yang memiliki skor sangat setuju paling banyak yang mencapai 63 responden yaitu pertanyaan nomor 18 (Selesai melihat video, saya lanjut mencari tahu informasi mengenai produk Some By Mi Snail Truecica) Hal ini menunjukkan bahwa ketika muncul rasa minat

beli, konsumen tetap mencari informasi dari sumber lain untuk lebih memantapkan rasa ingin membeli mereka. Sedangkan untuk *item* pertanyaan dengan jumlah skor tidak setuju paling banyak terdapat pada nomor 17 (Setelah melihat video, saya ingin mengganti *skincare* saya, dan mencoba menggunakan *skincare* dari Some By Mi Snail Truecica) dengan nilai jumlah responden yang memilih mencapai 13. Hal ini menunjukkan bahwa minat preferensial yaitu minat seseorang untuk memprioritaskan sebuah produk, kurang diminati.

Sebelum mengetahui pengaruh antara kredibilitas *beauty vlogger* terhadap minat beli, penulis menguji apakah ada hubungan antara kredibilitas *beauty vlogger* terhadap minat beli dengan menggunakan uji koefisien korelasi. Berdasarkan hasil dari uji koefisien korelasi diketahui bahwa kredibilitas *beauty vlogger* dan minat beli dikatakan berkorelasi atau berhubungan antara satu dan yang lain. Hal ini diketahui melalui hasil dari nilai signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Nilai dari korelasi antara variabel *beauty vlogger* dan variabel minat beli menunjukkan angka sebesar 0,537 dengan sifat positif dan memiliki tingkat hubungan sedang, dikarenakan nilai hubungan variabel kredibilitas *beauty vlogger* dan variabel minat beli berkisaran di 0,40 – 0,599.

Dari hasil analisis regresi linier sederhana dengan program SPSS 17, dapat diketahui bahwa variabel X yaitu kredibilitas *beauty vlogger* Suhay Salim memiliki pengaruh terhadap variabel Y yaitu minat beli terhadap

Produk Some By Mi Snail Truecica. Dari hasil analisis tersebut juga dapat diartikan bahwa setiap variabel kredibilitas *beauty vlogger* mengalami kenaikan, maka variabel minat beli akan ikut mengalami kenaikan yang semakin positif. Sesuai dengan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teori Kredibilitas Sumber (*Source Credibility Source*) yang dikemukakan oleh Hovland Janis dan Kelley (1953) dalam buku *Communication and Persuasion* (Winoto 2015). Asumsi dasar dari teori ini menyatakan bahwa seseorang dimungkinkan lebih mudah dipersuasi jika sumber-sumber persuasinya cukup kredibel. Dalam arti memiliki kredibilitas yang tinggi memberikan dampak yang lebih besar terhadap opini publik, dari pada sumber yang memiliki kredibilitas yang rendah.

Hal ini dapat dibuktikan melalui hasil dari uji hipotesis (uji t), yang memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan pada T_{hitung} variabel kredibilitas *beauty vlogger* (X) sebesar 6.305, nilai tersebut lebih besar dari nilai T_{tabel} yaitu 1,661 ($T_{hitung} 6.305 > T_{tabel} 1,661$), sehingga dapat diartikan dari uji hipotesis ini yaitu H_0 ditolak, dan H_a diterima, maka kredibilitas *beauty vlogger* Suhay Salim berhasil mempengaruhi dan meningkatkan rasa minat beli konsumen dan penjualan produk *skincare* Some By Mi Snail Truecica.