

**PENGARUH *INFLUENCER REVIEW* TASYA FARASYA  
PADA ANEKA KOSMETIK DI INSTAGRAM TERHADAP  
MINAT BELI**

**SKRIPSI**

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



**Disusun oleh:**

**FIONIE PUTRI VICTORIA**

**18.M1.0041**

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

**2022**

## HALAMAN PENYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fionie Putri Victoria

NIM : 18.M1.0041

Progdi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Jurnalistik

Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul Pengaruh *Influencer Review* Tasya Farasya Pada Aneka Kosmetik di Instagram Terhadap Minat Beli tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila ini terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 26 Oktober 2022

Yang menyatakan,



Fionie Putri Victoria

## LEMBAR PENGESAHAN

Pengaruh *Influencer Review* Tasya Farasya Pada Aneka Kosmetik di Instagram Terhadap  
Minat Beli

Skripsi ini disusun oleh :

Nama : FIONIE PUTRI VICTORIA

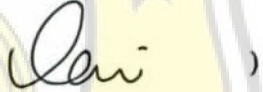
Nim : 18.M1.0041

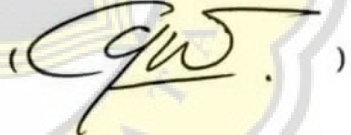
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal: 19 Oktober 2022

Dosen Penguji:

1. Drs. St. Hardiyarso, M.Hum. (  )

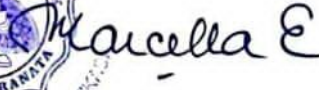
2. Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom. (  )

3. Emanuela Agra S.K.D., S.I.Kom., M.A. (  )

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana  
strata-I dalam Ilmu Komunikasi

Pada tanggal: 26 Oktober 2022



  
Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum

Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi

Universitas Katolik Soegijapranata

Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fionie Putri Victoria  
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 *Influencer Review* Tasya Farasya Pada Aneka Kosmetik di Instagram Terhadap Minat Beli” 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, 26 Oktober 2022

Yang menyatakan



Fionie Putri Victoria



## ABSTRAK

Sekarang ini banyak produsen produk-produk kecantikan menggunakan jasa *beauty influencer* untuk mempromosikan produk mereka, Salah satunya adalah Tasya Farasya yang memiliki cukup banyak *followers* di akun instagramnya. Melalui *review* yang diberikan oleh *influencer* akan menambah nilai kredibilitas pada produk yang dipromosikan. Sebagai *influencer review*, Tasya Farasya menggunakan bahasa yang lugas serta disampaikan dengan menarik sehingga mendorong para *followers* untuk melihat *review* produk yang disampaikan. Oleh karena itu, yang menjadi permasalahan penelitian ini adalah apakah *influencer* Tasya Farasya saat melakukan *review* kosmetik di instagram mempengaruhi minat beli *followers*nya.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sebagai populasinya adalah *followers* dari akun instagram @tasyafarasya. Data diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google forms* dengan melibatkan 100 orang responden yang diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan meliputi data primer dan data sekunder. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penilaian responden terhadap variabel *influencer review* menunjukkan bahwa karakteristik *Trustworthiness*, *Expertise*, *Attractiveness*, *Respect* dan *Similarity* berada pada kategori baik dan penilaian paling baik ditunjukkan pada karakteristik *expertise*. Penilaian responden terhadap variabel minat beli menunjukkan bahwa minat transaksional, minat referensial, minat preferensial dan minat eksploratif berada pada kategori tinggi dan penilaian paling tinggi ditunjukkan pada aspek minat beli preferensial. Selain itu, terdapat pengaruh signifikan dari *influencer review* Tasya Farasya di Instagram terhadap minat beli produk kosmetik. Hal tersebut didasarkan pada nilai  $t$  hitung  $16,351 > t$  tabel  $1,984$  pada tingkat signifikan  $\alpha = 5\%$  atau angka sig sebesar  $0,00 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** *influencer review*, instagram, minat beli, produk kosmetik

## ABSTRACT

*Many manufacturers of beauty products these days use the services of beauty influencers to promote their products. One of them is Tasya Farasya who has quite a lot of followers on her Instagram account. Through reviews provided by influencers, it will add credibility value to the products being promoted. As an influencer review, Tasya Farasya uses simple language and is delivered in an interesting way so as to encourage followers to see the product review. The problem of this research is whether the influencer Tasya Farasya when reviewing cosmetics on Instagram affects the buying interest of her followers.*

*This research uses quantitative research methods. As the population are followers of the @tasyafarasya Instagram account. The data was obtained from the results of distributing questionnaires through google forms involving 100 respondents who were taken using purposive sampling technique. The types of data used include primary data and secondary data. The analysis technique used is simple linear regression analysis..*

*The results of the study based on respondents' assessment of influencer review variables show that the characteristics of Trustworthiness, Expertise, Attractiveness, Respect and Similarity are in the good category and the best assessment is shown in the expertise characteristics. Respondents' assessment of the buying interest variable shows that transactional interest, referential interest, preferential interest and exploratory interest are in the high category and the highest assessment is shown in the aspect of preferential purchase interest. In addition, there is a significant influence of Tasya Farasya's influencer review on Instagram on the purchase intention of cosmetic products. It is based on the calculated  $t$  value of  $16.351 > t$  table  $1.984$  at a significant rate  $\alpha = 5\%$  or a significance number of  $0.00 < 0.05$ .*

**Keywords:** *influencer review, instagram, buying interest, cosmetics product*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Influencer Review* Tasya Farasya Pada Aneka Kosmetik di Instagram Terhadap Minat Beli” dengan baik.

Skripsi ini disusun sedemikian rupa demi memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Strata satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Hukum dan Komunikasi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Penulis merasa saat penyusunan skripsi ini bisa berhasil tidak lepas dari bantuan, doa, serta bimbingan dari para orang yang selalu mendukung saat penyusunan skripsi. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua tercinta yang memberikan motivasi serta biaya di perkuliahan kepada penulis agar tercapai gelar sarjana.
2. Kedua kakak kandung saya Friska Yulita, Florencea Ruth dan adik kandung saya Fallen Anastasia yang telah memberikan dukungan, mendoakan sehingga skripsi ini selesai dengan baik.
3. Bapak Drs. St. Hardiyarso, M.Hum. selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan masukan, kritikan dan dukungan saat melakukan penyusunan pada skripsi ini dengan baik.
4. Ibu Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang selalu arahan cara menulis yang tepat, memberi

kritikan serta dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

5. Daniel Carlos sebagai orang terdekat sekarang ini yang memberikan semangat dan keluh kesah penulis saat mengerjakan skripsi ini.
6. Seluruh dosen dan tata usaha Fakultas Hukum dan Komunikasi Unika Soegijapranata yang telah memberikan fasilitas belajar dan bekal ilmu kepada penulis selama mengikuti kegiatan perkuliahan.
7. Sahabat Penulis sejak duduk di bangku SMA hingga saat ini, Cindy Damara, Jessica Kusumo, Ruth Nathania, Priskilla Angela, Euodia Catherine, Aretha Odelia, yang menjadi saksi saat penulis menjadi diri saya yang sekarang ini.
8. Laurensia Marcella, Clearesta Gavy, Santika Andriani, Lohita Haryoto, Kenny Laredo, Nicholas Santoso sebagai teman perjuangan sejak awal di perkuliahan maupun saat di luar perkuliahan. Terima kasih telah menjadi tempat keluh kesah kurang lebih 4 tahun baik senang ataupun sedih.

Semarang, 05 Oktober 2022

Penulis,



Fionie Putri Victoria



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR GRAFIK .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	8
1.5. Lokasi Penelitian dan Tata Kala Penelitian .....	10
1.6. Sistematika Penulisan Laporan Akhir .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori .....	15

2.2.1. Pengertian <i>Influencer Review</i> .....	15
2.2.2. Indikator <i>Influencer Review</i> .....	16
2.2.3. Pengertian Komunikasi .....	17
2.2.4. Unsur-unsur Komunikasi .....	17
2.2.5. Pengertian Instagram .....	18
2.2.6. Minat Beli .....	19
2.3. Kerangka Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>23</b>
3.1 Metode .....	23
3.2 Populasi .....	23
3.3 Sampel .....	24
3.4 Operasional Variabel .....	25
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	31
3.7 Teknik Analisis Data .....	32
<b>BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>41</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	41
4.2 Hasil Analisis Data .....	45
4.3 Pembahasan .....	54
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	<b>70</b>
5.1 Kesimpulan .....	70
5.2 Saran .....	71

DAFTAR PUSTAKA .....	72
LAMPIRAN .....	75



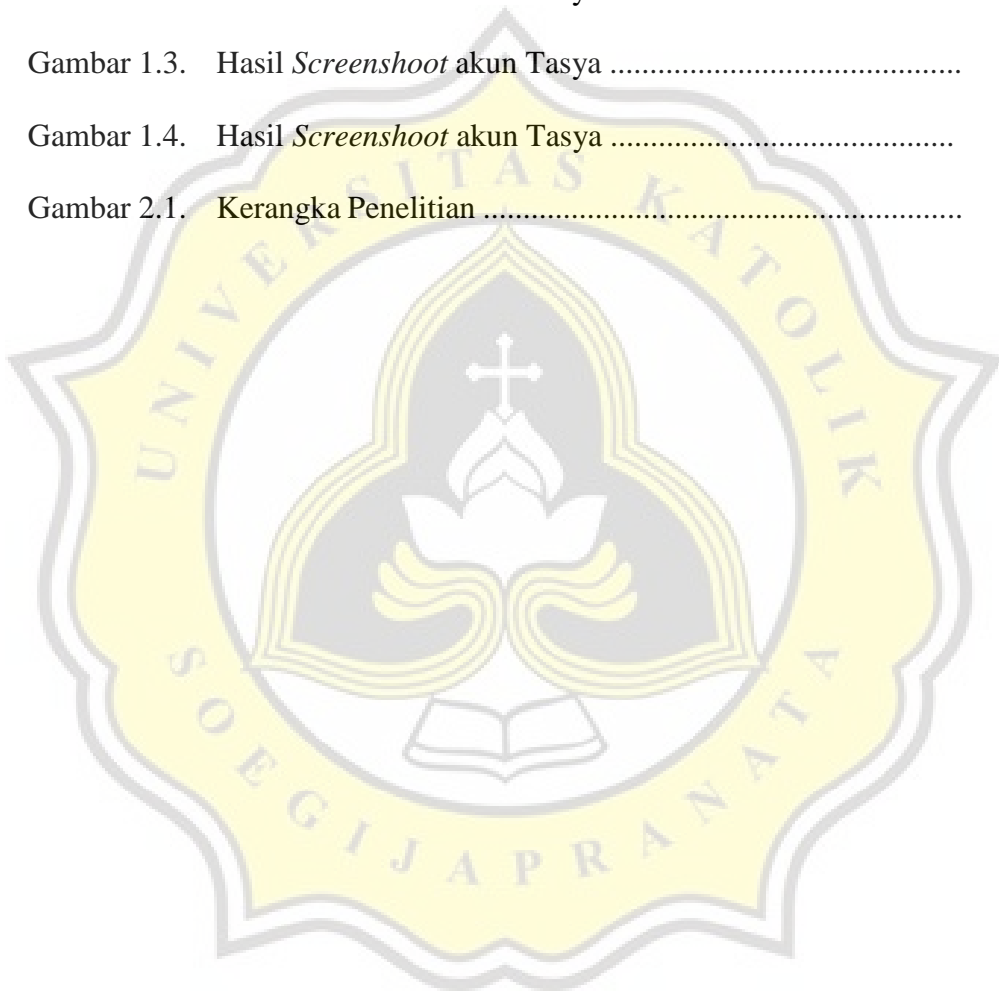
## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	<i>Beauty Influencer</i> di Indonesia .....	3
Tabel 1.2.	Tata Kelola Penelitian .....	10
Tabel 3.1.	Operasional Variabel .....	25
Tabel 3.2.	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Influencer Review</i> .....	33
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli .....	34
Tabel 3.4.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel <i>Influencer Review</i> .....	35
Tabel 3.5.	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli .....	36
Tabel 3.6.	Pengujian Normalitas .....	39
Tabel 4.1.	Penilaian terhadap Variabel <i>Influencer Review</i> .....	46
Tabel 4.2.	Analisis Deskriptif Variabel <i>Influencer Review</i> .....	46
Tabel 4.3.	Penilaian terhadap Variabel Minat Beli .....	50
Tabel 4.4.	Analisis Deskriptif Variabel Minat Beli .....	50
Tabel 4.5.	Hasil Uji t .....	53



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Jumlah Pengguna Internet di Indonesia (2018-2022) .....	2
Gambar 1.2.	Hasil <i>Screenshot</i> akun Tasya .....	5
Gambar 1.3.	Hasil <i>Screenshot</i> akun Tasya .....	6
Gambar 1.4.	Hasil <i>Screenshot</i> akun Tasya .....	6
Gambar 2.1.	Kerangka Penelitian .....	22



## DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1.	Gambaran Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	42
Grafik 4.2.	Gambaran Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Grafik 4.3.	Gambaran Karakteristik Responden Berdasarkan <i>Followers</i> Akun Instagram @tasyafarasya .....	44



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Kuesioner Penelitian .....	75
Lampiran 2.	Tabulasi Data Hasil Penelitian .....	79
Lampiran 3.	Karakteristik Responden .....	88
Lampiran 4.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel <i>Influencer Review</i> .....	89
Lampiran 5.	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Minat Beli ..	91
Lampiran 6.	Distribusi Frekuensi Variabel <i>Influencer Review</i> .....	93
Lampiran 7.	Statistik Deskriptif Variabel <i>Influencer Review</i> .....	96
Lampiran 8.	Distribusi Frekuensi Variabel Minat Beli .....	97
Lampiran 9.	Statistik Deskriptif Variabel Minat Beli .....	100
Lampiran 10.	Hasil Uji Normalitas .....	101
Lampiran 11.	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	102