

**ANALISIS PENGARUH YOUTUBE BEAUTY VLOGGER
TASYA FARASYA TERHADAP MINAT BELI PRODUK
MAYBELLINE FIT ME FOUNDATION**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen**



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

**SALMA ANNISA
1151001108**


**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Salma Annisa

NIM :1151001108

Tanda Tangan : 

Tanggal : Agustus 2019

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas akhir ini diajukan oleh:

Nama : Salma Annisa

Nim : 111001108

Program Studi : SI Manajemen

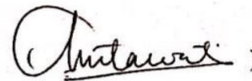
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Tasya Farasya

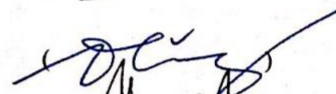
Terhadap Minat beli Produk Maybelline Fit Me Foundation

Dewan Penguji

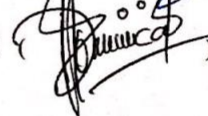
Pembimbing : M.Th. Anitawati, MS., M.Sc.



Penguji I : Holila Hatta, S.Pd., MM



Penguji II : Dominica Arni Widyastuti, S.E., MM



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS PENGARUH YOUTUBE BEAUTY VLOGGER TASYA FARASYA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAYBELLINE FIT ME FOUNDATION”. Skripsi ini diajukan guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Bakrie. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan berbagai pihak. Oleh sebab itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ibu M.Th. Anitawati, MS., M.Sc. selaku dosen pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dengan sabar dalam membimbing dan memberikan koreksi yang bermanfaat selama penyusunan dan penyempurnaan Tugas Akhir ini;
2. Ibu Holila Hatta, S.Pd., MM DAN Ibu Dominica Arni Widyastuti, S.E., MM. selaku dosen penguji Tugas akhir yang memberikan saran dan masukan untuk penyempurnaan tugas akhir ini;
3. Orang tua tercinta, Bapak A. Munawar Jusuf dan Ibu Sri Ida Yanti yang selalu mendoakan serta mendukung penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan penuh semangat;
4. Saudara kandung, Kak Sellika, Kak Hani dan Thalialia yang telah mendukung, memberi masukan, dan menghibur penulis selama menyelesaikan Tugas Akhir ini;
5. Teman-teman seperjuangan Aldi Apriliano, Shofia Arindiani dan Sunya Herawati yang telah memberikan semangat untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini;
6. Sahabat saya, Clara Enjelina, Gilang Kurniawan, dan Syifa Mutia Maharani yang selalu ada untuk penulis untuk memberikan dukungan serta menghibur penulis selama masa penyelesaian Tugas Akhir ini;
7. Sahabat dan orang terdekat penulis Abdul Aziz, Farhan, Mahardhika Dwi, Rendy Syahputra, Ipunk Anwar, Sukma, Yolanda Sri Handayani yang

selalu ada untuk penulis untuk memberikan dukungan serta menghibur penulis selama masa penyelesaian Tugas Akhir ini;

8. Muhammad Rizki yang selalu memberikan semangat dan hiburan disaat penat dalam menyelesaikan skripsi ini;
9. Seluruh rekan-rekan seperjuangan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Univeritas Bakrie angkatan 2015 yang saling memberikan dukungan, motivasi dan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini;
10. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang disediakan oleh peneliti.

Hanya do'a yang dapat penulis panjatkan semoga Allah SWT membalas semua kebaikan Bapak/Ibu/Saudara/i dan teman-teman sekalian. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan mahasiswa/mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Jakarta, Agustus 2019,

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Salma Annisa
NIM : 1151001108
Program Studi Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Tasya Farasya Terhadap Minat Beli Produk Maybelline Fit Me Foundation”.

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : Agustus 2019

Yang menyatakan,



Salma Annisa

**ANALISIS PENGARUH YOUTUBE BEAUTY VLOGGER TASYA
FARASYA TERHADAP MINAT BELI PRODUK MAYBELLINE FIT ME
FOUNDATION**

Salma Annisa¹

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

ABSTRAK

Pada era digital saat ini internet menjadi suatu alat yang efektif untuk melakukan promosi suatu produk. Salah satu sosial media yang sedang naik saat ini adalah Youtube, Youtube merupakan salah satu jenis jasa penyedia penayangan periklanan yang berbentuk video. Fenomena penggunaan Youtube ini dimanfaatkan oleh para *beauty vlogger* untuk membuat vlog yang berisi pengalaman mereka dalam menggunakan sebuah produk terutama produk kosmetik dan kecantikan. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Youtube *beauty vlogger* terhadap minat beli. Populasi pada penelitian ini adalah perempuan berusia di atas 16 tahun yang mengetahui dan pernah melihat video *Beauty Vlogger* Tasya Farasya dalam Youtube dan juga pengikut Instagram @tasyamakeupfarasya, cara pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan menggunakan kuisisioner untuk mendapatkan respondennya. Responden yang didapatkan pada penelitian ini sebanyak 243 orang yang mengetahui dan pernah melihat video *Beauty Vlogger* Tasya Farasya dalam Youtube dan juga pengikut Instagram @tasyamakeupfarasya. Analisis data penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda, jenis penelitian ini yaitu kuantitatif. Variabel dependen pada penelitian ini yaitu minat beli sedangkan variabel independen yaitu *Physical Attractiveness*, *Social Attractiveness*, *Attitude Homophily*. kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Social Attractiveness*, *Attitude Homophily* berpengaruh terhadap minat beli produk Maybelline Fit Me Foundation dan *Physical Attractiveness* tidak berpengaruh terhadap minat beli produk Maybelline Fit Me Foundation. Variabel *Social Attractiveness* adalah variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi minat beli produk Maybelline Fit Me Foundation.

Kata Kunci: Attitude Homophily, Minat Beli, Physical Attractiveness, Social Attractiveness

¹ Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Bakrie, Jakarta

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF YOUTUBE BEAUTY VLOGGER
TASYA FARASYA ON INTERESTS TO BUY MAYBELLINE FIT ME
FOUNDATION PRODUCTS**

Salma Annisa²

ABSTRACT

In the current digital era the internet is becoming an effective tool for promoting a product. One of the social media that is currently rising is Youtube, Youtube is a type of service provider of video advertising. The phenomenon of using YouTube is used by beauty vloggers to create vlogs that contain their experiences in using a product, especially cosmetics and beauty products. Therefore this study aims to analyze the influence of Youtube beauty vlogger on buying interest. The population in this study were women aged over 16 years who knew and had seen the Beauty Vlogger video Tasya Farasya on Youtube and also Instagram followers @ tasyamakeupfarasya, the method of sampling in this study used purposive sampling and used questionnaires to get respondents. Respondents obtained in this study were 243 people who knew and had seen the Beauty Vlogger video Tasya Farasya on Youtube and also Instagram followers @tasyamakeupfarasya. Data analysis in this study used Multiple Linear Regression, this type of research is quantitative. The dependent variable in this study is buying interest while the independent variables namely Physical Attractiveness, Social Attractiveness, Attitude Homophily. The conclusion of this study shows that the Social Attractiveness, Attitude Homophily variable influences the purchase interest of Maybelline Fit Me Foundation products and Physical Attractiveness does not affect buying interest Maybelline Fit Me Foundation products. Variable Social Attractiveness is the most dominant variable in influencing the purchase interest of Maybelline Fit Me Foundation products.

Keywords: Attitude Homophily, Buying Interest, Physical Attractiveness, Social Attractiveness

² Student of Management Program at Bakrie University

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
DAFTAR ISI	viii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penulisan	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II	10
2.1 Pemasaran.....	10
2.1.1 Pengertian Pemasaran	10
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>).....	11
2.1.3 Promosi	13
2.2 Endorsement	16
2.2.1 Pengertian Endorsement	16
2.3 Beauty Vlogger	18
2.3.1 Pengertian Beauty Vlogger	18
2.3.2 Dimensi Beauty Vlogger.....	19
2.4 Minat Beli	20
2.4.1 Pengertian Minat Beli	20
2.5 Penelitian Sebelumnya	22
2.6 Kerangka Pemikiran	29
2.7 Hipotesis Penelitian	30
BAB III.....	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi.....	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Sumber Data	32
3.4 Variabel Penelitian dan Definisi <i>Oprasional</i>	33
3.4.1 Variabel Penelitian	33
3.4.2 Definisi <i>Oprasional</i> Variabel	33
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.6 Alat Analisis yang Digunakan	35

3.6.1	Uji Validitas	35
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	36
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	37
3.6.4	Uji Analisis Regresi Linier Berganda	39
3.6.5	Koefesien Determinasi (R^2)	39
3.6.6	Uji Hipotesis	40
BAB IV	42
4.1	Profil Perusahaan	42
4.2	Hasil Penelitian.....	42
4.2.1	Karakteristik Responden	42
4.2.2	Analisis Jawaban Responden	46
4.2.2.1	Analisis Jawaban Responden Variable Physical Attractiveness	46
4.2.2.2	Analisis Jawaban Responden Variable Social Attractiveness	48
4.2.2.3	Analisis Jawaban Responden Variable Attitude Homophily	49
4.2.2.4	Analisis Jawaban Responden Variable Minat Beli	51
4.3	Uji Validitas.....	55
4.4	Uji Realibilitas	57
4.5	Uji Asumsi Klasik.....	57
4.5.1	Uji Normalitas.....	57
4.5.2	Uji Multikolinearitas	59
4.5.3	Uji Heteroskedastisitas.....	60
4.6	Hasil Uji Hipotesis.....	61
4.6.1	Analisis Linier Berganda	61
4.7	Pembahasan	64
4.7.1	Koefisien Determinasi	64
4.7.2	Uji F.....	65
4.7.2	Uji t	65
BAB V	67
5.1	Kesimpulan	67
5.2	Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
Lampiran	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Mengenai Pengguna Social Media di Tahun 2017 di Indonesia	2
Gambar 1. 2 Grafik Profile Mengenai Presentasi Viewers dan Subscribe Dari Beauty Vlogger Tasya Farasya	4
Gambar 1. 3 Grafik Mengenai Presentasi Viewers dan Subscribe Dari Beauty Vlogger Tasya Farasya.....	5
Gambar 1. 4 Grafik Mengenai Presentasi Viewers dan Subscribe Dari Beauty Vlogger Tasya Farasya.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	30
Gambar 4. 1 Logo Maybelline	44
Gambar 4. 2 Grafik Usia Responden	46
Gambar 4. 3 Grafik Pekerjaan Responden.....	46
Gambar 4. 4 Grafik Pendapatan/Uang Saku Responden	47
Gambar 4. 5 Nilai Modus Variabel Physical Attractiveness.....	49
Gambar 4. 6 Nilai Modus Variabel Attitude Homophily.....	52
Gambar 4. 7 Nilai Modus Variabel Minat Beli.....	56
Gambar 4. 8 Hasil Uji Normalitas	60
Gambar 4. 9 Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR TABLE

Tabel 2. 1 Penelitian Sebelumnya.....	22
Tabel 3. 1 Indikator Variable	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden	45
Tabel 4. 2 Perolehan Jawaban Responden Variable Physical Attractiveness	48
Tabel 4. 3 Perolehan Jawaban Responden Variable Social Attractiveness	50
Tabel 4. 4 Perolehan Jawaban Responden Variable Attitude Homophily	51
Tabel 4. 5 Perolehan Jawaban Responden Variable Minat Beli	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4. 7 Hasil Uji Realibilitas Variable	59
Tabel 4. 8 Hasil Uji One Sample Kolmogolov-Smirnov	61
Tabel 4. 9 Uji Multikolinearitas (243 Responden).....	62
Tabel 4. 10 Table Koefesien determinasi.....	63
Tabel 4. 11 Hasil Uji ANOVA/Uji F Table	64
Tabel 4. 12 Koefisien Regresi Linier Berganda.....	65