

**PENGARUH TESTIMONI *INFLUENCER* DAN MEDIA
SOSIAL TERHADAP MINAT BELI *SUNSCREEN THE
ORIGINOTE* PADA *QUEEN BEAUTY STORE*
SINGARAJA**

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Pendidikan Ganesha

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan dalam Menyelesaikan

Program Sarjana Manajemen

Oleh

Ketut Lia Damayanti

NIM 2117041290

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA

SINGARAJA

2025

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS
DAN MEMENUHI SYARAT-SYARAT UNTUK
MENCAPAI GELAR SARJANA MANAJEMEN**

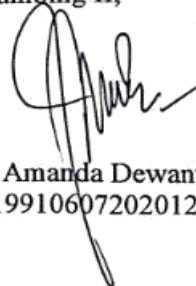


Pembimbing I,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

Pembimbing II,



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

Skripsi oleh Ketut Lia Damayanti ini
telah dipertahankan di depan dewan penguji
pada tanggal: 31 Juli 2025

Dewan Penguji,



Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M.
NIP. 198207292010122003

(Ketua)



Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017

(Anggota)



Dr. Fridayana Yudiatmaja, M.Sc.
NIP. 197404122010121001

(Anggota)



Diterima oleh Panitia Ujian Fakultas Ekonomi

Universitas Pendidikan Ganesha

guna memenuhi syarat-syarat untuk mencapai gelar sarjana manajemen

Pada:

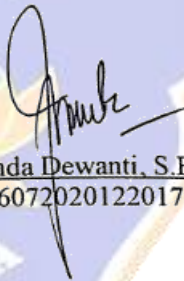
Hari : Kamis

Tanggal : 31 Juli 2025

Ketua Ujian,

Sekretaris Ujian


Dr. Dra Ni Made Suci, M.Si.
NIP. 196810291993032001


Made Amanda Dewanti, S.E., M.M.
NIP. 199106072020122017



Mengesahkan
Dekan Fakultas Ekonomi


Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E., Ak., M.Si
NIP. 197906162002121003

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis yang berjudul "**Pengaruh Testimoni Influencer dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Sunscreen The Originote Pada Queen Beauty Store Singaraja**" beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya sendiri dan saya tidak melakukan penjiplakan dan mengutip dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini saya siap menanggung risiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya saya ini atau ada klaim terhadap keaslian karya saya ini.



KATA PERSEMBAHAN

Puji syukur tak terhingga saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atau Ida Sang Hyang Widhi Wasa atas berkat-Nya, sehingga skripsi ini dapat saya rampungkan tepat waktu.

Kepada Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. selaku pembimbing I dan Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M selaku pembimbing II atas bimbingan, masukan, dan arahan berharga yang selalu diberikan dengan penuh kesabaran hingga skripsi ini selesai. Tidak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada seluruh staf dan dosen Fakultas Ekonomi khusus Jurusan Manajemen atas pelayanan serta ilmu yang diberikan.

Orang tua tercinta Bapak I Nengah Nawa dan Ibu Wayan Darsini, terima kasih untuk setiap doa, dukungan dan selalu menjadi garda terdepan dalam mendorong dan memotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada teman-teman di Jurusan Manajemen yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu atas segala semangatnya dalam menyelesaikan studi S1 Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha tercinta ini.

TERIMA KASIH.

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat-Nya, Penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Testimoni Influencer dan Media Sosial Terhadap Minat Beli Sunscreen The Originote Pada Queen Beauty Store Singaraja”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi persyaratan mencapai gelar sarjana manajemen pada Universitas Pendidikan Ganesha.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik berupa moral maupun material dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. I Wayan Lasmawan, M.Pd., selaku Rektor di Universitas Pendidikan Ganesha.
2. Bapak Prof. Dr. Gede Adi Yuniarta, S.E.Ak, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha.
3. Bapak Gede Putu Agus Jana Susila, S.E., M.B.A. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Eknomi Universitas Pendidikan Ganesha
4. Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku Koorprodi Manajemen Fakultas Eknomi Universitas Pendidikan Ganesha
5. Ibu Ni Nyoman Yulianthini, S.E., M.M. selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Ibu Made Amanda Dewanti, S.E., M.M. selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Dr. Fridayana Yudiaatmaja, M.Sc. selaku penguji skripsi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan petunjuk dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu Dosen di Jurusan Manajemen yang senantiasa memberikan motivasi dan mendidik selama penulis belajar di Jurusan Manajemen.
9. Kepada yang teramat penulis cintai, Bapak I Nengah Nawa dan Ibu almarhumah Wayan Darsini. Terima kasih atas kasih sayang, pengorbanan,

dan doa tulus yang senantiasa menyertai setiap langkah penulis. Meskipun ibu telah tiada, doa dan cinta ibu akan selalu menjadi kekuatan yang hidup dalam hati penulis. Semoga skripsi ini dapat menjadi wujud kecil dari balas budi atas segala kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan.

10. Penulis juga menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada keempat saudara tercinta, yang selalu memberikan dukungan moral, semangat, dan kebersamaan yang berarti dalam proses penyelesaian studi ini. Kalian adalah tempat penulis berbagi suka dan duka, serta sumber kekuatan dalam menghadapi berbagai tantangan.
11. Secara khusus, penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada seseorang yang sangat berarti, P.A.M, atas semangat, dukungan, dan kehadirannya yang memberikan motivasi tersendiri dalam perjalanan ini. Kehadiranmu menjadi pengingat bahwa setiap usaha layak diperjuangkan, dan setiap langkah menuju tujuan akan selalu lebih ringan saat ada yang percaya.
12. Kepada teman-teman seperjuangan di kampus, terima kasih atas kebersamaan, semangat, tawa, dan dukungan selama masa perkuliahan hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan yang penuh warna ini. Diskusi, candaan, dan kerja sama kalian menjadi kenangan berharga yang akan selalu penulis ingat.
13. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah membantu penyusunan penulis skripsi ini hingga selesai.

Penulis menyadari bahwa karya ini masih jauh dari sempurna, namun besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan pihak-pihak yang berkepentingan khususnya bagi mahasiswa yang akan menyusun skripsi selanjutnya. Oleh karena itu, apabila terdapat kritik atau saran apapun yang sifatnya membangun bagi penulis, dengan senang hati akan penulis terima.

Singaraja, 5 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
PRAKATA.....	i
ABSTRAK.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah Penelitian.....	8
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah Penelitian.....	9
1.5 Tujuan Penelitian.....	9
1.6 Manfaat Hasil Penelitian	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 11
2.1 Minat Beli.....	11
2.1.1 Pengertian Minat Beli.....	11
2.1.2 Faktor-Faktor yang Memengaruhi Minat Beli.....	11
2.1.3 Indikator Minat Beli	12
2.2 Testimoni <i>Influencer</i>	13
2.2.1 Pengertian Testimoni <i>Influencer</i>	13
2.2.2 Indikator Testimoni <i>Influencer</i>	15
2.3 Media Sosial	16
2.3.1 Pengertian Media Sosial	16

2.3.2 Indikator Media Sosial.....	17
2.4 Kajian Hasil Penelitian yang Relevan	18
2.5 Hubungan antar Variabel.....	24
2.5.1 Hubungan <i>Testimoni Influencer</i> terhadap Minat Beli	24
2.5.2 Hubungan Media Sosial terhadap Minat Beli.....	25
2.5.3 Hubungan <i>Testimoni Influencer</i> dan Media Sosial terhadap Minat Beli	26
2.6 Kerangka Berpikir	26
2.7 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Rancangan Penelitian	29
3.2 Subjek dan Objek Penelitian.....	30
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	30
3.3.1 Populasi Penelitian	30
3.3.2 Sampel Penelitian	31
3.4 Variabel dan Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	32
3.5 Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Metode Pengumpulan Data	33
3.5.2 Instrumen Pengumpulan Data	34
3.6 Metode dan Teknik Analisis Data	38
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	38
3.6.2 Uji Regresi Linier Berganda.....	40
3.7 Pengujian Hipotesis	41
3.7.1 Uji t (Secara Parsial).....	41
3.7.2 Uji F (secara simultan)	42
3.8 Koefisien Determinan (R^2)	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1 Deskripsi Data Responden.....	44
4.2 Pengujian Asumsi	45
4.2.1 Hasil Uji Asumsi Klasik	45
4.2.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
4.2.3 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	52
4.3 Pengujian Hipotesis	54
4.3.1 Uji t.....	54
4.3.2 Uji F.....	56
4.3.3 Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	58
4.4.1 Pengaruh <i>Testimoni Influencer</i> terhadap Minat Beli <i>Sunscreen The Originote</i> Pada <i>Queen Beauty Store</i> Singaraja.....	59
4.4.2 Pengaruh Media Sosial terhadap Minat Beli <i>Sunscreen The Originote</i> Pada <i>Queen Beauty Store</i> Singaraja.....	62
4.4.3 Pengaruh <i>Testimoni Influencer</i> dan Media Sosial terhadap Minat Beli <i>Sunscreen The Originote</i> Pada <i>Queen Beauty Store</i> Singaraja	65
4.5 Keterbatasan Penelitian	67
4.6 Implikasi Hasil Penelitian.....	67
BAB V PENUTUP.....	70
5.1 Rangkuman.....	70
5.2 Simpulan.....	71
5.3 Saran	72
DAFTAR RUJUKAN	74
LAMPIRAN.....	77

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	18
Tabel 3. 1 Variabel, Definisi Operasional, Indikator, dan Skala Pengukuran	32
Tabel 3. 2 Skala Likert	35
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	36
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	37
Tabel 4. 1 Deskripsi Data Responden	44
Tabel 4. 2 Hasil Uji <i>Kolmogorov-Smirnov</i>	47
Tabel 4. 3 Hasil Uji Multikolinieritas	48
Tabel 4. 4 Hasil Uji <i>Glejser</i>	50
Tabel 4. 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	51
Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	53
Tabel 4. 7 Hasil Uji t Variabel <i>Testimoni Influencer</i> terhadap Minat Beli	55
Tabel 4. 8 Hasil Uji t Variabel Media Sosial terhadap Minat Beli	56
Tabel 4. 9 Hasil Uji F	57
Tabel 4. 10 Hasil Pengujian Hipotesis	58
Tabel 4. 11 Tanggapan Responden terhadap <i>Testimoni Influencer</i>	61
Tabel 4. 12 Tanggapan Responden terhadap Media Sosial	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. 1 Ulasan Customer <i>The Originote</i>	7
Gambar 2. 1 Paradigma Penelitian Pengaruh Testimoni <i>Influencer</i> dan Media Sosial terhadap Minat Beli	27
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	46
Gambar 4. 2 Grafik <i>Scatterplot</i>	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
Lampiran 0. 1 Instrumen Penelitian	78
Lampiran 0. 2 Tabulasi Data Kuesioner	81
Lampiran 0. 3 Uji Kualitas Data	85
Lampiran 0. 4 Pengujian Asumsi Klasik.....	87
Lampiran 0. 5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	89
Lampiran 0. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	89
Lampiran 0. 7 Hasil Uji Hipotesis Statistik	89
Lampiran 0. 8 Data Identitas Responden	91
Lampiran 0. 9 Riwayat Hidup	94

