

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER* DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAKE OVER**

**(Studi Kasus Pada Konsumen di DKI Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF BEAUTY INFLUENCERS AND PRICE  
ON PURCHASE DECISIONS OF MAKE OVER PRODUCTS***

***(Case Study on Consumers in DKI Jakarta)***

Oleh :  
**Anggraini Puspita**  
2019410076  
**SKRIPSI**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA  
2024**

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER* DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAKE OVER**

**(Studi Kasus Pada Konsumen di DKI Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF BEAUTY INFLUENCERS AND PRICE  
ON PURCHASE DECISIONS OF MAKE OVER PRODUCTS***

***(Case Study on Consumers in DKI Jakarta)***

**Dosen Pembimbing  
Dr. Melani Quintania, S.E, M.Pd**

**Oleh :  
Anggraini Puspita  
2019410076**

**SKRIPSI**

**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada**



**PROGRAM SARJANA FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS DARMA PERSADA  
JAKARTA**

**2024**

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER* DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PRODUK MAKE OVER**

**(Studi Kasus Pada Konsumen di DKI Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF BEAUTY INFLUENCERS AND PRICE  
ON PURCHASE DECISIONS OF MAKE OVER PRODUCTS***

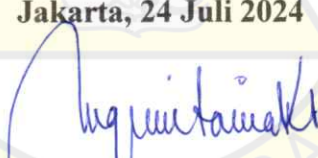
***(Case Study on Consumers in DKI Jakarta)***

**Oleh:**

**Anggraini Puspita  
2019410076**

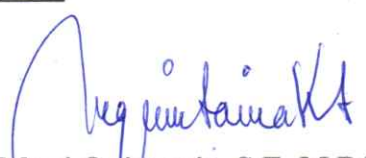
**SKRIPSI**

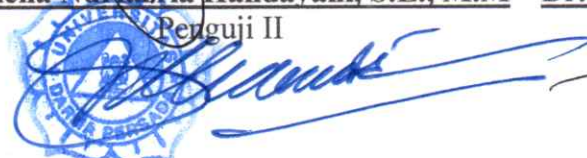
**Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar Sarjana  
Ilmu Ekonomi Program Studi Manajemen pada Universitas Darma Persada  
Telah disetujui oleh Tim Penguji pada tanggal  
Seperti yang tertera di bawah ini  
Jakarta, 24 Juli 2024**

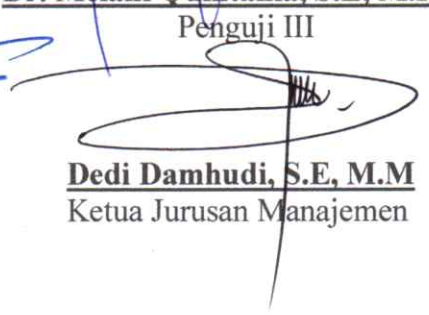
  
**Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd**  
Dosen Pembimbing

  
**Dr. Firsan Nova, S.E., M.M**  
Penguji I

  
**Ellena Nurfazria Handayani, S.E., M.M**  
Penguji II

  
**Dr. Melani Quintania, S.E., M.Pd**  
Penguji III

  
**Dr. Sukardi, S.E., M.M**  
Dekan Fakultas Ekonomi

  
**Dedi Damhudi, S.E., M.M**  
Ketua Jurusan Manajemen

**LEMBAR PERSETUJUAN**

**PENGARUH *BEAUTY INFLUENCER* DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PRODUK MAKE OVER**

**(Studi Kasus Pada Konsumen di DKI Jakarta)**

***THE INFLUENCE OF BEAUTY INFLUENCERS AND PRICE  
ON PURCHASE DECISIONS OF MAKE OVER PRODUCTS***

***(Case Study on Consumers in DKI Jakarta)***

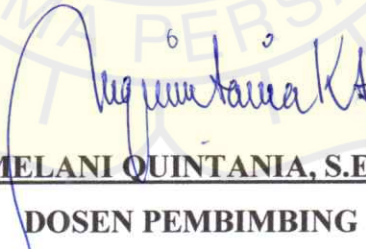
**Oleh :**

**Anggraini Puspita**

**2019410076**

**SKRIPSI**

**Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing pada tanggal 4 Juli 2024**

  
**DR. MELANI QUINTANIA, S.E, M.Pd**

**DOSEN PEMBIMBING**

## LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Anggraini Puspita

NIM : 2019410076

Jurusan/ Peminatan : Manajemen/ Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul **Pengaruh *Beauty Influencer* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over ( Studi Kasus Pada Konsumen Di DKI Jakarta)** yang dibimbing oleh Ibu Dr. Melani Quintania, S.E, M.Pd adalah benar merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan jiplakan dari hasil karya orang lain. Apabila di kemudian hari ternyata ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkannya. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 29 Juli 2024



Anggraini Puspita

## ABSTRAK

*Beauty Influencer* menjadi salah satu cara strategi pemasaran dalam menarik konsumen melakukan keputusan pembelian suatu produk. Disisi lain, dalam menentukan keputusan pembelian seorang pembeli sering kali membandingkan harga satu produk dengan produk yang lain. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Beauty Influencer* dan Harga terhadap keputusan pembelian produk Make Over di wilayah DKI Jakarta. Metode penelitian ini yaitu menggunakan metode deskriptif kuantitatif yaitu data yang didapatkan melalui kuesioner. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *nonprobability* dengan jenis *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara keseluruhan *beauty influencer* dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian terhadap produk *make up* Make Over di DKI Jakarta. Hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,50$ . Berdasarkan koefisien determinasi *beauty influencer* dan harga secara simultan memberikan pengaruh sebesar 50,6% terhadap keputusan pembelian produk *make up* Make Over, sedangkan sisanya 49,4% memiliki pengaruh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Selain itu, *beauty influencer* dan Harga masing-masing secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Make Over di wilayah DKI Jakarta.

**Kata Kunci:** *Beauty Influencer*, Harga, Keputusan Pembelian, Produk Make Over

## **ABSTRACT**

*Beauty Influencers are one way of marketing strategy to attract consumers to make decisions to purchase a product. On the other hand, in determining purchasing decisions, a buyer often compares the price of one product with another product. This research aims to determine the influence of Beauty Influencers and Price on purchasing decisions for Make Over products in the DKI Jakarta area. This research method uses quantitative descriptive methods, namely data obtained through questionnaires. The sampling technique in this research was nonprobability with purposive sampling. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis. Based on the results of the overall hypothesis test, beauty influencers and price simultaneously have a significant influence on purchasing decisions for Make Over make up products in DKI Jakarta. This is proven by a significant value of  $0.000 < 0.50$ . Based on the coefficient of determination of beauty influencers and price, they simultaneously have an influence of 50.6% on purchasing decisions for Make Over products, while the remaining 49.4% have other influencing variables not examined in this research. Apart from that, beauty influencers and prices each partially have a significant influence on purchasing decisions for Make Over products in the DKI Jakarta area.*

**Keywords:** *Beauty Influencer, Price, Purchasing Decisions, Make Over Product*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan anugrah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Pengaruh *Beauty Influencer* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Make Over (Studi Kasus Pada Konsumen di DKI Jakarta)”** sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

Pada kesempatan ini penulis sangat menyadari bahwa pengerjaan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya dorongan dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu melalui kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Selaku Orang Tua saya yang memberikan doa dan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Ibu Dr. Melani Quintania, S.E, M.Pd Selaku Dosen Pembimbing Skripsi program studi Manajemen Pemasaran yang membantu memberikan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Sukardi, S.E, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada
4. Bapak Dedi Damhudi, S.E, MM. selaku Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.

5. Ibu Ellena Nurfazria Handayani, S.E, MM selaku Pembimbing Akademik Program studi Manajemen.
6. Untuk teman-teman seangkatan saya terutama Hilda, Salma, dan Desi yang selalu memberikan semangat dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
7. Dan untuk teman-teman satu komunitas penulis *Home* KG12 terutama Ci Cindy, Kak Gloria, Kak Mei dan Kak Theresia yang memberikan dorongan dan semangat yang tiada henti kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
8. Terimakasih kepada Treasure terutama Watanabe Haruto yang sudah menjadi *support system* yang baik walaupun hanya dibalik layar.

Demikian skripsi ini dibuat, penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, sehingga penulis berharap kritik dan saran yang bersifat membangun, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Jakarta, 29 Juli 2024

Anggraini Puspita

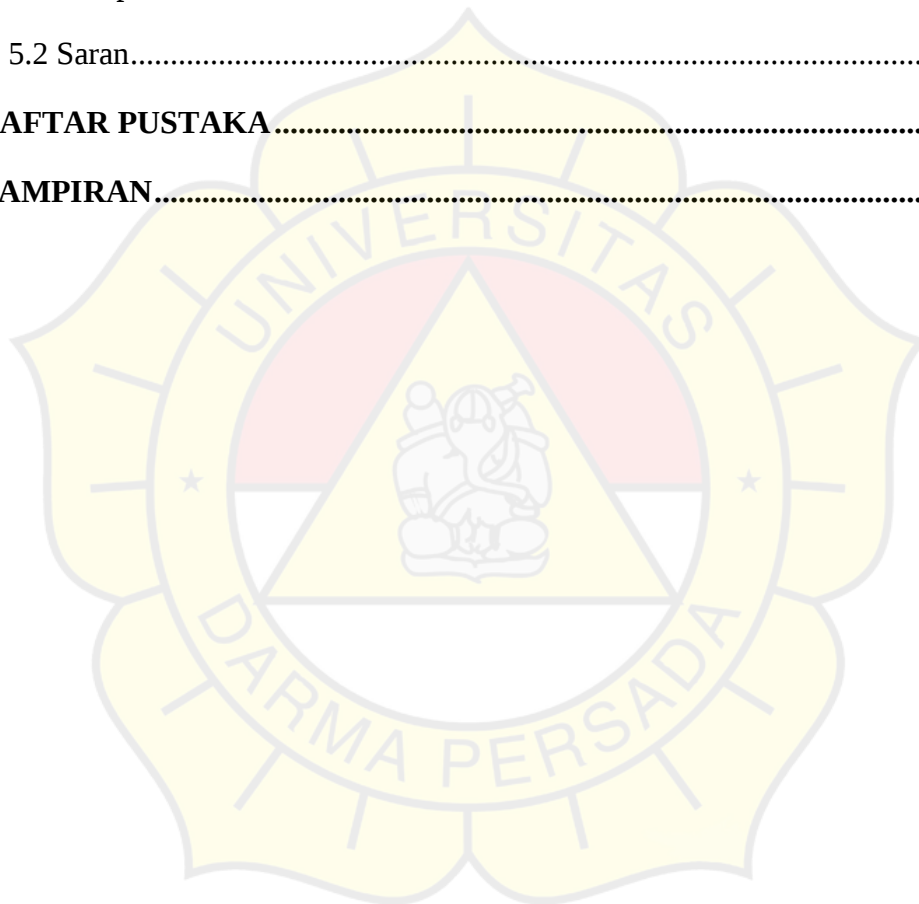
## DAFTAR ISI

|                                                                                                      |             |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN .....</b>                                                                      | <b>ii</b>   |
| <b>LEMBAR PERNYATAAN .....</b>                                                                       | <b>iii</b>  |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                                                                 | <b>iv</b>   |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                                                                | <b>v</b>    |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                                                                           | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                                                               | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                                                                            | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                                                                            | <b>xiv</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>                                                                         | <b>xv</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>                                                                        | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang Masalah.....                                                                      | 1           |
| 1.2 Identifikasi, Pembatasan, dan Rumusan Masalah .....                                              | 12          |
| 1.2.1 Identifikasi Masalah .....                                                                     | 12          |
| 1.2.2. Pembatasan Masalah .....                                                                      | 13          |
| 1.2.3. Perumusan Masalah .....                                                                       | 13          |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                                                                          | 13          |
| 1.4 Kegunaan Penelitian.....                                                                         | 14          |
| <b>BAB II LANDASAN TEORI, PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....</b> | <b>15</b>   |
| 2.1 Landasan Teori.....                                                                              | 15          |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran.....                                                                       | 15          |
| 2.1.2 Konsep Manajemen Pemasaran .....                                                               | 16          |
| 2.1.3 Keputusan Pembelian.....                                                                       | 18          |

|                                                 |           |
|-------------------------------------------------|-----------|
| 2.1.4 Beauty Influencer .....                   | 22        |
| 2.1.5 Harga .....                               | 26        |
| 2.2 Penelitian Sebelumnya .....                 | 31        |
| 2.3 Kerangka Pemikiran.....                     | 41        |
| 2.4 Hipotesis.....                              | 42        |
| 2.5 Paradigma Penelitian.....                   | 43        |
| <b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>      | <b>44</b> |
| 3.1 Metode yang Digunakan .....                 | 44        |
| 3.2 Waktu dan Tempat penelitian .....           | 45        |
| 3.3 Operasional Variabel.....                   | 45        |
| 3.4 Sumber dan Cara Penentuan Data .....        | 51        |
| 3.4.1 Sumber dan Jenis Data .....               | 51        |
| 3.4.2 Cara Penentuan Data .....                 | 51        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                | 54        |
| 3.6 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis .....  | 55        |
| 3.6.1 Uji Keabsahan Data.....                   | 55        |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....                    | 57        |
| 3.7 Alat dan Analisis Data .....                | 59        |
| 3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif .....       | 59        |
| 3.7.2 Regresi Linier Berganda .....             | 60        |
| 3.7.3 Koefisien Determinasi.....                | 61        |
| 3.7.4 Uji Hipotesis .....                       | 61        |
| <b>BAB IV GAMBARAN UMUM DAN PEMBAHASAN.....</b> | <b>63</b> |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....        | 63        |
| 4.1.1 Sejarah Singkat Make Over .....           | 63        |

|                                                                                             |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.2 Make Over.....                                                                        | 64        |
| 4.2 Hasil Penelitian Karakteristik atau Profil Responden.....                               | 66        |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....                               | 66        |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....                                         | 66        |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....                         | 67        |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan.....                             | 68        |
| <b>4.3 Alat dan Analisis Data .....</b>                                                     | <b>68</b> |
| 4.3.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif Variabel .....                                    | 68        |
| 4.3.2 Ringkasan Analisis Deskriptif.....                                                    | 97        |
| 4.4 Uji Keabsahan Data.....                                                                 | 104       |
| 4.4.1 Uji Validitas .....                                                                   | 104       |
| 4.4.2 Uji Reliabilitas .....                                                                | 105       |
| 4.5 Uji Asumsi Klasik.....                                                                  | 106       |
| 4.5.1 Uji Normalitas.....                                                                   | 106       |
| 4.5.2 Uji Multikolinieritas.....                                                            | 107       |
| 4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....                                                          | 108       |
| 4.6 Regresi Linier Berganda .....                                                           | 109       |
| 4.6.1 Uji Koefisien Determinasi .....                                                       | 111       |
| 4.7 Uji Hipotesis .....                                                                     | 112       |
| 4.7.1 Uji F (Simultan) .....                                                                | 112       |
| 4.7.2 Uji T .....                                                                           | 113       |
| 4.8 Pembahasan.....                                                                         | 115       |
| 4.8.1 Pengaruh Beauty Influencer (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..... | 115       |

|                                                                        |            |
|------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.8.2 Pengaruh Beauty Influencer (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) | 116        |
| 4.8.3 Pengaruh Harga (X2) Terhadap Keputusan pembelian (Y).....        | 116        |
| 4.8.4 Hasil Model Penelitian.....                                      | 117        |
| <b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>                                   | <b>118</b> |
| 5.1 Simpulan .....                                                     | 118        |
| 5.2 Saran.....                                                         | 118        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>                                             | <b>120</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>                                                   | <b>124</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Data <i>Beauty Influencer</i> .....                      | 7  |
| Tabel 1. 2 Perbandingan Harga Kosmetik Make Over dan Luxcrime ..... | 11 |
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....                               | 32 |
| Tabel 3. 1 Operasional Variabel.....                                | 46 |
| Tabel 3. 2 Skala Likert .....                                       | 55 |
| Tabel 3. 3 Rentang Skala .....                                      | 60 |
| Tabel 4. 1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....         | 66 |
| Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....                   | 67 |
| Tabel 4. 3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....   | 67 |
| Tabel 4. 4 Profil Responden Berdasarkan Status Pekerjaan .....      | 68 |
| Tabel 4. 5 Rentang Skala .....                                      | 69 |
| Tabel 4.6 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 1 .....           | 69 |
| Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Pertanyaan 2 .....           | 70 |
| Tabel 4.8 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 3 .....           | 71 |
| Tabel 4.9 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 4 .....           | 71 |
| Tabel 4.10 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 5 .....          | 72 |
| Tabel 4. 11 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 6 .....         | 73 |
| Tabel 4.12 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 7 .....          | 73 |
| Tabel 4.13 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 8 .....          | 74 |
| Tabel 4.14 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 9 .....          | 75 |
| Tabel 4.15 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 1 .....          | 76 |
| Tabel 4.16 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 2 .....          | 76 |

|                                                             |     |
|-------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.17 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 3 .....  | 77  |
| Tabel 4.18 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 4 .....  | 78  |
| Tabel 4.19 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 5 .....  | 78  |
| Tabel 4.20 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 6 .....  | 79  |
| Tabel 4.21 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 7 .....  | 80  |
| Tabel 4.22 Tanggapan responden terhadap pertanyaan 8 .....  | 80  |
| Tabel 4. 23 Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian .....   | 104 |
| Tabel 4. 24 Uji Multikolineritas .....                      | 108 |
| Tabel 4. 25 Hasil Uji Linier Berganda .....                 | 110 |
| Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) ..... | 111 |
| Tabel 4. 27 Hasil Parameter Uji (F) .....                   | 112 |
| Tabel 4. 28 Hasil Parameter Uji (T) .....                   | 113 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                            |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Gambar 1. 1 Grafik pertimbangan produk kecantikan.....                                                     | 3   |
| Gambar 1. 2 Grafik data <i>Brand Make Up</i> Lokal di <i>E-commerce</i> Terlaris 2022...                   | 5   |
| Gambar 1. 3 <i>Grafik influencer</i> mempengaruhi wanita Indonesia untuk membeli<br>produk kecantikan..... | 6   |
| Gambar 1. 4 Para <i>influencer</i> mempromosikan produk Make Over .....                                    | 6   |
| Gambar 1. 5 <i>Make Up</i> Kondangan Sekarang Vs Dulu dengan Make Over.....                                | 8   |
| Gambar 1. 6 Perbedaan Luxcrime dan Make Over.....                                                          | 10  |
| Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....                                                                        | 41  |
| Gambar 2. 2 Paradigma Penelitian.....                                                                      | 43  |
| Gambar 4. 1 Logo PT. Paragon Teknologi dan Inovasi.....                                                    | 63  |
| Gambar 4. 2 Logo Make Over .....                                                                           | 65  |
| Gambar 4. 3 Analisis: Grafik Hasil Uji Normalitas.....                                                     | 107 |
| Gambar 4. 4 Hasil Uji Heteroskedasitas .....                                                               | 109 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                   |     |
|-------------------------------------------------------------------|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....                              | 125 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Profil Responden .....                   | 131 |
| Lampiran 3 Tabulasi Data <i>Beauty Influencer</i> (X1).....       | 140 |
| Lampiran 4 Tabulasi Data Harga (X2) .....                         | 143 |
| Lampiran 5 Tabulasi Data Keputusan Pembelian (Y) .....            | 146 |
| Lampiran 6 Hasil Uji Validitas <i>Beauty Influencer</i> (X1)..... | 149 |
| Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Harga (X2).....                    | 151 |
| Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....       | 153 |
| Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas .....                           | 157 |
| Lampiran 10 Hasil Uji Asumsi Klasik.....                          | 158 |
| Lampiran 11 Uji Alat Analisis Data.....                           | 160 |
| Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis .....                             | 161 |
| Lampiran 13 Tabel R .....                                         | 162 |
| Lampiran 14 Tabel F.....                                          | 165 |
| Lampiran 15 Tabel T.....                                          | 166 |
| Lampiran 16 Bukti Penyebaran Kuesioner .....                      | 167 |
| Lampiran 17 Catatan Konsultasi Proposal Skripsi dan Skripsi ..... | 169 |
| Lampiran 18 Daftar Riwayat Hidup.....                             | 170 |